DE LA RETORICA
a la imagen

Alejandro Tapia

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Con base en la tradición retórica de Occidente, que se inicia con los griegos y tiene un enorme desarrollo en la Edad Media, la técnica del discurso y el lenguaje figurado se convirtió en uno de los principales soportes del arte y de la estilística tanto en los textos literarios como en la persuación política. En nuestro tiempo, esa antigua tradición dejó de ser patrimonio exclusivo de la lengua oral y escrita para fundamentar también la creación de un lenguaje visual persuasivo, replanteándose ahora en fenómenos como la publicidad y el cartel. Así, las matices de significación planteadas desde la antigüedad a través de las figuras retóricas, sirven hoy para explicar y producir imágenes que, en base al lenguaje figurado, se expresan con metáforas, sinécdoques, paradojas, etcétera. De este modo, la técnica retórica se convierte en un instrumento indispensable para la práctica del diseño gráfico, fenómeno que fue señalado recientemente por la semiología en las obras de autores como R. Barthes, U. Eco y G. Peninou. El presente texto sintetiza esa tradición e intenta explicar, de un modo didáctico, cuales son los principios semánticos con los que las figuras retóricas tienen una aplicación visual en la formulación de una estrategia de comunicación gráfica basada no solo en la destreza técnica, sino en el juego de los sentidos del lenguaje.

Casa abierta al tiempo

DE LA RETORICA
a la imagen

Alejandro Tapia

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo
División de Ciencias y Artes para el Diseño

INDICE

INTRODUCCION 9
EL ARTE RETORICO 13
LA TECNICA RETORICA 25
- La significación 28
- La semántica 32
- El sentido figurado 34
- La retórica de la imagen 40
- Dinámica del entimema 46

LAS FIGURAS:
- Abismo 49
- Acumulación 50
- Alusión 51
- Antítesis 52
- Blanco 53
- Comparación 54
- Concesión 55
- Doble sentido 56
- Elipsis 57
- Gradación 58
- Hipérbole 59
- Ironía 60
- Lítote 61
- Metáfora 62
- Metonimia 64
- Oxímoron 66
- Paradoja 67
- Prosopopeya 68
- Rima 69
- Tópica del mundo al revés 70
- Sinonimia 71
- Sinécdoque 72

INTRODUCCION

A pesar de la facilidad retórica con que operan muchos mensajes que nos rodean, es decir, de la aparente sencillez de su lectura, sus mecanismos no siempre son explícitos. Esta opacidad respecto a los artificios que subyacen en los textos retóricos tiene varias causas. La primera es que no toda la comunidad social tiene acceso a la elaboración de discursos: la conformación de la opinión pública es una actividad controlada. La segunda es que el éxito de la retórica se debe precisamente a que el público sólo debe recibir sus efectos, pues si descubriera los artificios de que parte no tan fácilmente le otorgaría credibilidad a sus discursos (que es la finalidad esencial que persiguen): el arte retórico es un conocimiento de iniciados, una práctica de poder sobre el lenguaje. Una tercera razón es que esta técnica sufrió,sobre todo a partir del siglo pasado, un enorme desprestigio, cuando fue mirada como simple estrategia de ornamentación (y por lo tanto falsa), viéndose desplazada por los valores de la originalidad y el genio, que fundaron a su vez nuevos mitos. En la actualidad, la teoría del lenguaje que se enseña comúnmente ha dado por despachado el saber retórico, aunque una crítica más especializada la ha retomado para explicar de nuevo sus bases, identificando la vigencia de los modelos retóricos en mensajes hoy muy difundidos (como la publicidad) y estableciendo una metodología para desconstruir su discurso críticamente.

La enseñanza del lenguaje y de las técnicas discursivas se ha convertido así en un instrumento político. En nuestra cultura el acceso a este conocimiento es muy pobre, lo cual repercute visiblemente en la pérdida de capacidad de autonomía. Ello se explica porque conocer la lengua y saber usarla permite ejercer un poder (no sólo para el especialista, sino en cualquier actividad), pero si existen mayorías excluídas de este saber es evidente que sus posibilidades de pensamiento, de debate, de conocimiento y de toma de decisión se ven reducidas al mínimo. El efecto perceptible de ello es que ante un sector que sabe hablar otro está obligado a callar, fenómeno que podemos advertir si observamos al gran público que desconoce no ya el arte de elaborar discursos, sino otros aspectos básicos de la lengua como son la gramática, la ortografía, el vocabulario e incluso la alfabetidad misma, que es un problema elemental que aún no resolvemos.

Uno de los propósitos de este texto es difundir algunas técnicas discursivas muy precisas y muy antiguas, mediante una exposición elemental de algunos de los productos más visibles de la tradición retórica. Es claro que con ello no se trata de resolver el enorme vacío de información existente, pero sí de contribuir a la divulgación de un aspecto básico y vigente en nuestro lenguaje.

Un punto de partida obligado es observar que si la cultura occidental ha alcanzado el gran poder discursivo que posee (y que no es menos importante que, por ejemplo, el económico, pues en gran medida depende de aquel) es gracias a que tradicionalmente ha privilegiado el estudio de sus códigos para depurar su destreza discursiva, ya que podemos definirla como una cultura acostumbrada a reflexionar sobre su propio lenguaje y a definir sus etapas históricas siempre con un pronunciamiento respecto a él. E.R. Curtius[1] ha señalado ya la trascendencia de esta consideración al estudiar la tradición de Occidente como una unidad global y decir que con el desarrollo de la teoría del lenguaje, paralelo al de la lógica, la filosofía y la dialéctica, la cultura occidental se ha convertido en centro y requisito político de toda referencia para explicar el mundo, la historia y la naturaleza (pensemos por ejemplo en la enorme unidad y coherencia que dan a la cultura europea las artes, las ciencias, la religión o la

política, todas las cuales poseen un refinado mecanismo de lenguaje y son patrimonio e invento de esta tradición: su poder es visible a todas luces).

En Occidente la retórica es una disciplina tradicional con un sustento teórico sólido, con reglas y posibilidades organizadas, que se enseña como materia obligatoria desde la antigüedad clásica hasta el siglo XVIII, posibilitando grandes proyectos culturales al Imperio romano, a la época medieval y al Renacimiento. Si quisiéramos comprender, de hecho, la enorme cohesión de la tradición de Occidente e identificar su patrimonio cultural en términos de conocimiento (hasta la actualidad) tendríamos que apreciar todas estas épocas más como una unidad que como periodos que se excluyen entre sí, y una de las disciplinas en que se apreciaría esa cohesión sería justamente la de la retórica.

Con la retórica, o arte de producir discursos persuasivos, la tradición de Occidente desarrolló la facultad de ejercer la palabra y por lo tanto de acceder al poder del lenguaje en los diversos campos donde el pensamiento se acredita discursivamente. Iremos viendo a grandes rasgos las concepciones de retórica que fueron sumándose en este largo periodo y sus consecuencias; por lo pronto digamos que sería erróneo creer que esta disciplina ha perdido vigencia, pues sigue siendo una práctica común en Occidente aunque bajo otras condiciones, al igual que otras disciplinas relacionadas con el discurso.

Es necesario decir, además, que el interés de este texto persigue otra finalidad particular: contribuir al conocimiento de la retórica básica en la práctica del diseño gráfico. Si bien el conocimiento de la elaboración de mensajes, como hemos visto, tendrá que ser una actividad generalizada, compete aún más al comunicador la necesidad de abordarla. El diseñador gráfico es, como lo hemos entendido desde este lugar, un productor de significaciones públicas cuyo medio de expresión son principalmente las imágenes. Por ello, además de una exposición general sobre los principios retóricos, nuestra contribución busca cimentarse en mostrar ciertos artificios de construcción de significaciones aplicadas a un nivel visual, procurando sintetizarlos a modo de manual donde se expliquen ciertos conceptos y figuras seguidas de ejemplos gráficos.

En este punto es importante hacer una aclaración. La retórica es una disciplina que puede confundirse con un método para producir "engaños" o efectos altisonantes o "postizos" en el lenguaje, aunque en realidad rebasa esos usos pues su dominio comprende una teorización sobre los mecanismos de significación, de economía del lenguaje, y estudiarla implica hacer semántica y lógica. Es una teoría del comunicar. Sin embargo, es comprensible que casi siempre se identifique con un uso demasiado artificioso y convencional (la publicidad es en gran medida responsable de ello, debido precisamente a que su principal soporte es retórico: en todo caso, la compresión del mecanismo lo baja del pedestal de su magia al revelar su trasfondo técnico y convertirlo en una escritura expuesta), pero la tesis que proponemos aquí inscribe a la retórica en un contexto mucho más amplio, pues parte de que no es sino vislumbrándola en su funcionamiento general en Occidente como pueden entenderse las amplias dimensiones discursivas en que está presente. Al diseñador la historia de este arte de la palabra y su fijación en el pensamiento filosófico y artístico a lo largo de varios siglos de tradición casi siempre le resulta ajeno; no obstante, el diseño en muchos aspectos se desprende en su etapa de profesionalización de la incorporación de las técnicas de producción de significado que se habían consolidado ya en esa tradición, pues ella inicia en realidad la reflexión sobre

los elementos y usos de todo mensaje. Por esa razón proponemos una primera parte donde se esbozen a grandes rasgos los parámetros que fueron construyendo una ciencia del discurso en Occidente, los cuales, aunque parezcan de entrada no competentes a la práctica del diseño, pueden leerse en ciertos aspectos como parte de su prefiguración; al incorporar este aspecto se intenta sobre todo mostrar las consecuencias que históricamente ha traído el problema de la construcción del significado, para más tarde estudiar esos mecanismos en el lenguaje visual intentando proponer una reflexión al diseñador sobre los medios con los cuales construye entidades gráficas destinadas a comunicar, ya que no siempre está habituado a ello. La semiótica ha demostrado ya que la teoría del lenguaje compete a la práctica del diseño, y este texto busca introducir a una de sus posibilidades metodológicas a partir de la instauración de un sistema que cobró vigencia en nuestra cultura desde la formación en Occidente de una teoría capaz de proveer de elementos a los comunicadores sobre cómo elaborar mensajes, ya que de hecho sus conocimientos fundaron las reglas del juego sobre las que se ejerce la comunicación actual.

El abordaje de la retórica como técnica persuasiva necesita comprenderse más en esta dimensión que en la simple pretensión de hacer un manual pragmático para hacer artificios visuales. Además la persuación del público no es un recurso imputable sólo a la retórica, ni puede considerarse tampoco secundario: no existe discurso que no lo haga, que no quiera convencernos de algo; la retórica sólo sitematiza y organiza ciertos principios para llevar a cabo ese proceso y sus resultados están incluso donde menos se les sospecha. Si los publicistas han capitalizado su uso para ciertos fines (son los continuadores de la tradición) también ha servido en otros contextos para propósitos diversos en la captación de la atención, el aceleramiento de la información y la economía de los signos, técnicas que han sido aplicadas al diseño en campañas de alfabetización, de estrategia política o de difusión cultural. En nuestro país el uso sistemático de la retórica se reduce a la publicidad (y es extranjera), mientras que otras imágenes que requieren de una estrategia discursiva la desconocen, y a veces resultan por ello menos eficaces. No obstante, tampoco hay que pensar que es entonces una materia universal y válida en todos los casos (obligatoria) sino sólo un principio que puede dar pauta a otras estrategias una vez que nos ha ubicado ya en el fenómeno de la producción de significado. En este sentido es conveniente también tener presentes sus limitaciones.

Señalemos finalmente que las reglas del discurso retórico no son tampoco competencia exclusiva de los formadores de discursos. Su conocimiento permite también una lectura y a veces la desconstrucción del andamiaje discursivo de mensajes que están en el entorno. Muchas instituciones están cifradas en códigos retóricos cuya autoridad tiene sustentos jurídicos y se asumen como irrefutables. El análisis del discurso permite apreciar los mecanismos y artificios de lenguaje con que se construye la credibilidad pública. Los agentes que definen estas pautas normativas del quehacer social pueden asumirse como autoridades gracias a la organización de su discurso. Toda acción respecto a él tiene que sustentarse en otro discurso a su vez. La apropiación de este capital cultural permite entonces adquirir competencia en la definición de lo que existe, pues siempre está de por medio el lenguaje (que es aprendible), con las consecuencias de acción que eso genera. Como veremos enseguida, es esta la médula del problema y la causa que originó el nacimiento de la retórica.

EL ARTE RETORICO.

El surgimiento de la retórica como una de las columnas de la cultura occidental tiene origen en el pensamiento de los griegos, quienes identificaron la cuestión fundamental del discurso y la organizaron para su conocimiento sistemático.

El discurso

El primer dato que llama la atención es que su aparición se halle en relación con el surgimiento de las normas jurídicas (principio básico de toda civilización tal como la entendemos desde Grecia) y particularmente con los procesos destinados a reglamentar la propiedad privada de la tierra. La retórica empieza a utilizarse en Sicilia hacia el siglo V a.C. como herramienta de la deliberación, en foros donde la justica es ejercida por primera vez en función de *las palabras* de los contendientes. Dicho sistema buscaba reglamentar las luchas políticas tratando de sustituir la fuerza por la elocuencia, el razonamiento y la argumentación, fenómeno que, además de la retórica, daría también lugar a la noción de Derecho. La consecuencia fundamental de este cambio es que a partir de la designación de instancias destinadas a dictaminar respecto a la justicia o injusticia de un hecho público, las reglas del juego se habían invertido y ahora dependían de la capacidad de sustentar los intereses con un discurso. Por esa razón surgen agentes especializados en ejercer las facultades persuasivas del lenguaje (tanto lógicas como psicológicas) pues de ello dependía ahora la posibilidad de desacreditar o legitimar acciones de interés social. Bajo tal sistema, la urgencia de tener razón en algo hace necesario aplicar el arte de la palabra, y a la intelectualización y profesionalización de este arte se denominó retórica, es decir, al estudio pormenorizado de los efectos que el lenguaje podía hacer sobre los espectadores para convencerlos y movilizarlos. Esta educación parte de que saber hablar es saber pensar, pues sólo podemos razonar mediante el lenguaje. La práctica esmerada de éste, aunque al principio se base en imitación y empleo de fórmulas, da por resultado una destreza para saber desenvolverse en todo tipo de temas. Su patrimonio era además posesión de la

Grecia

aristocracia, que convirtió a la palabra en un instrumento de la legalidad. Las nociones de senado, juicio, parlamento (el Derecho en sí) significan la institucionalización de este hecho, el cual fue aceptado como procedimiento razonable y se adoptó en toda Grecia como requisito para resolver los asuntos de interés público (claro está que sólo entre los miembros de la *polis* griega, pues no hay que olvidar que se erguía sobre una comunidad de esclavos totalmente excluidos de este orden).

El presente ha visto en el designio de los griegos de dar un lugar privilegiado a la palabra (en este y otros terrenos) un motivo de gran prestigio histórico, y de hecho es una de las razones por las que Grecia se considera "cuna" de la civilización, pues la civilización puede entenderse en efecto como la fijación y codificación de reglas para vivir socialmente; es decir, como la supeditación de las acciones políticas a un orden de discurso (fenómeno del que somos todavía herederos). La visión romántica del Derecho señalaría después emocionada que este procedimiento era más digno puesto que hacía que por primera vez la justicia se resolviera no por la fuerza sino por el razonamiento, identificando en esa domesticación de la palabra un *avance histórico*. Aunque tal conversión es fundamentalmente innegable, lo cierto es que con la retórica se decretaba una autonomía de la palabra respecto a los hechos, fundando una nueva práctica del poder, y entre las consecuencias más importantes a que eso da lugar está la de que el lenguaje, como iremos viendo, podía independizarse incluso de lo justo y verdadero, pues lo que hace la retórica es convertir esas entidades en variables dependientes del discurso, lo que

explica por qué la civilización de la palabra, como sugirió R. Barthes, puede entenderse también como la codificación de la violencia[2]. Por lo mismo, otra de sus consecuencias, a pesar del mito romántico, es que al sustituir la fuerza por el discurso el poder no desaparecía o se "humanizaba", sino que adquiría mecanismos mucho más refinados,sobre todo porque encarecía su acceso ante los que no saben hablar: convertidas en patrimonio exclusivo de quiénes conocían las reglas de la elocuencia, las palabras se volvían un *capital apropiable*. Todo manual de retórica que pone los medios para saber discutir, argumentar, eliminar al contrario o persuadir, a cualquier usuario en cualquier caso, reconoce implícitamente este hecho, y si la misma filosofía negó un tiempo la legitimidad de la retórica es precisamente por su no necesidad de verdad, aunque después tuvo que reconocerla cuando se demostró que podía ponerse por encima de ella y que de hecho la construcción misma de la verdad dependía del dominio del lenguaje. Al estudiar la retórica es necesario entonces empezar por conceder un estado del discurso donde las ideas no necesitan ser científicas ni comprobables, pero pueden convencer en la medida en que aparecen ante el espectador como justas y nobles, emocionantes y creíbles (los fundamentos de la persuación). Tal fuente de efectos descansaba en construcciones lógicas y bien diseñadas, pero también en una suerte de invenciones que producen placer y sorpresa, las cuales podían en efecto suscitar la pasionalidad de los oyentes. Algunas de estas técnicas podían, pues, asumirse como motivo de deleite, y fueron entonces aplicadas a la poesía para más tarde forjar la noción de literatura.

La organización

En este desarrollo aparecen distintos tipos de fundamentación teórica y su utilidad práctica abarca paulatinamente nuevas vertientes (en arte, filosofía, religión, etc.). Para identificar esta tradición es indispensable entonces retomar algunas ideas claves que se sustraen ya desde Grecia y que después se enriquecen con la obra de diferentes épocas y autores dando origen a una práctica discursiva consolidada que irá siendo recurrente a lo largo de varios siglos, siempre con una apariencia nueva o sirviendo a fines antes no previstos (pues entre sus facultades están la de aparecer cada vez bajo la forma de originalidad y con un carácter transhistórico).

Así, la primera figura que obliga a la exposición de los fundamentos retóricos es la del orador, quien encarna la destreza de la palabra y llega a convertirse en un ideal cultural del hombre al aparecer como modelo deseable por su elocuencia y su buen juicio (es un ser instruido). La retórica se organiza entonces para darle un sustento pedagógico y ahí se inicia la formulación de sus partes y sus preceptos. En ellos, la retórica enseña por ejemplo qué temas son apropiados a cada circunstancia y cómo encontrarlos (considerando la edad, condición social o religión del público); cómo debe distribuir los argumentos en el discurso (primero las pruebas contundentes para impactar, en medio las humorísticas para solazar, y las que conmueven al final para derrotar a los que aún no se convencen); posteriormente recomienda ornamentar el discurso con ciertas destrezas del lenguaje figurado (que incluye un repetorio de figuras retóricas) y finalmente explica los gestos, actitudes y modulaciones de voz que resultan efectivos ante el público. A estas partes de la retórica, conocidas como *inventio*, *dispositio*, *elocutio* y *actio*, se les da un tratamiento pormenorizado y cuasi-científico, lo que explica la gran efectividad de los discursos que se construyen siguiendo este método; los griegos lo practicaron con verdadero interés a fin de poseer un instrumento refinado para discutir en público asuntos

políticos y más tarde los romanos explotarían sus posibilidades hasta convertirlo en un verdadero espectáculo (es decir, hasta llevarlo a su decadencia).

La retórica identificaba además tres géneros de discurso, uno político o deliberativo, apropiado a asambleas (donde se discute qué hay que hacer, si es conveniente tal o cual opción); otro forense o judicial, apropiado al litigio o a la defensa (donde la lógica argumentativa, que recomienda incluso el uso de silogismos falsos -si convienen-, es primordial) y uno panegórico o epidéctico, que se refiere al elogio o vituperio de personas públicas (basado más bien en el uso de ejemplos y narraciones).

Estas partes y géneros de la retórica son el resultado más o menos sintático de los manuales que a partir de Grecia comienzan a formarse para entrenar al orador. De hecho la retórica se inicia con su pedagogía (se organiza cuando necesita ser enseñada) y quienes comienzan esta tarea, dándonos ya su primera constitución, son Empédocles, Córax y Gorgias. De ellos, este último interesa especialmente porque en su propuesta pedagógica (que se registra en el 427 a.C.) prefigura el desencadenamiento de dos consecuencias de la existencia de un arte retórico. Una de ellas se advierte cuando Gorgias enuncia abiertamente su pragmatización, pues hace una exposición netamente utilitaria en una actitud que ha sido calificada de "poco ética <...> dado que comercia con su enseñanza y la presenta como un medio para que el orador se instale confortablemente en la esfera social, económica y política"[3]; esta consecuencia inicia también su descrédito, pero era inevitable puesto que si la palabra había sido reconocida como entidad autónoma dentro de los usos y costumbres, y cultivable por sí misma, el poder que podía obtenerse con ella era un hecho irreversible. Pero Gorgias no sólo veía en la retórica un medio para obtener prestigio social o poder político, sino que (y ésta es una consecuencia mas relevante por su desarrollo ulterior) relacionó la retórica con lo que después sería la "estilística" (enriquecimiento de la *elocutio*), es decir, le daba posibilidades de competir con la Poética al hablar del estilo como un bien estético y acreditar en su terreno algo que hasta entonces sólo había sido patrimonio de lo artístico.

Gorgias

Gorgias, pues, apuntaba hacia una concepción de la retórica como medio para producir un "estilo elevado" y para ello capitalizaba los efectos entendidos como prototipos hacia una concepción más general del escribir bien y con elegancia, de modo que la creación artística podía servirse también de ella. Los objetivos de la Retórica y de la Poética empiezan aquí a confundirse, y posteriormente la primera llegará a absorver por entero a ésta última cuando los poetas comenzaron a producir textos en base a las enseñanzas del estilo retórico y a acreditarlas dentro de su arte, que es precisamente la operación que hizo surgir el concepto de literatura que privaría en Occidente a lo largo de varios siglos, lo que quiere decir que muchas obras de esta cultura tienen un soporte para su construcción basado en esquemas retóricos. Con ello, además, la retórica se instalaba en un terreno donde sobreviviría cuando el discurso deliberativo perdiera su auge. La política, que estudiaba los géneros, las formas de narración y los sistemas de representación, entraba en disputa con la retórica hasta que ambas se volvieron aliadas.

Pero antes de eso la retórica seguía siendo ante todo un artificio político y un verdadero instrumento de persuación del público, definiendo la propia acción jurídica del Estado generado en Grecia sobre esas bases. Tal proyecto, sin embargo, no obtuvo crédito con facilidad. Los propios pensadores griegos se dieron cuenta de que no era sustentable filosóficamente y en consecuencia

encontramos un momento en que la retórica es puesta en entredicho por su facilidad pragmática y por los fines que se consiguen con su uso. También a los griegos debemos los fundamentos para una crítica del discurso retórico. Este juicio se halla principalmente en la creación de la dialéctica como disciplina creada para contrarrestar los excesos de la retórica, y es obra, sobre todo ,de los sofistas. Para ellos la tarea de una ciencia válida es el conocimiento de la verdad, y como la retórica busca más bien la verosimilitud, es propicia a crear la ilusión y la falsificación, por lo cual merece ser cuestionada. Tal noción la encontramos evidentemente en Platón, su gran impugnador, quien como máximo expositor de la dialéctica sofística se propone diseñar un método para conocer la verdad (que para él es el único fin anhelable). Su dialéctica sin embargo también está basada en artificios precisos: para los sofistas la dialéctica consiste en un diálogo donde el maestro hace proposiciones que el interlocutor tiene que resolver como falsas o verdaderas, y que es planteado mediante disyuntivas que lo obligan a tomar una opción encaminada a los fines predispuestos por el maestro; con este método se pretende ir eliminando posibilidades hasta llegar a la "verdad", y de tal modo, la estructura de los diálogos consiste en el juego de deducción controlada por un protagonista que propone y otro que concede. Platón

Los mecanismos de la compleja lógica escalonada de esta dialéctica sofística hace del diálogo una práctica en última instancia similar a la de la retórica (de hecho *es* una segunda retórica, la de la verdad). No obstante, Platón se fundaba en principios muy concretos para justificar ese sistema, pues es sabido que partía de la existencia de un conocimiento a priori, fundado antes de la razón humana en el mundo Ideal, que contiene ya todas las ideas posibles y que el sofista sólo se encargaba de "hacer recordar". Su planteamiento permitía establecer la existencia de un mundo falso que consiste en apariencias (lo que vemos) y un mundo verdadero. Todos los sistemas que no conducían a este último debían ser expulsados de la República, y en consecuencia la retórica, junto con el arte (que generan un mundo de apariencias) debían excluirse.

La razón de esta discusión es que los griegos habían emprendido una revisión filosófica y moral de las actividades y conocimientos sociales, cuyos resultados apuntaban a una depuración del hombre en todas sus facetas para construir un Estado basado en el ejercicio de la virtud. La *Paideia*, que conjugaba todos los valores pertinentes al orden ideal, daba a la palabra un lugar privilegiado, pues con ella se podía preservar el sustento ético que los griegos pretendían dar a la filosofía, la política, el arte y la ciencia, es decir, en todos los aspectos en los que el hombre se relaciona con la naturaleza y en sociedad. Toda reflexión sobre la *Paideia* debía pronunciarse con respecto a la retórica, pues ésta había tomado un lugar preminente en el desarrollo cultural. Sin embargo, su legitimidad tendrá que justificarse a partir de su valoración moral, pues en el ideal no tenían cabida las disciplinas que no conducen al bien, o en todo caso se clasifican de diferente modo las que producen conocimiento (primarias) y las que solo generan placer. Así,cuando los sofistas la clasifican junto con los afeites de la gimnasia corporal, o con las artes culinarias (que solo producen deleite, pero un deleite vano), es porque cuestionan esa legitimidad, y esto produce un gran debate que oscilará entre los que la incluyen en la *Paideia* y los que la dejan fuera de ella.

No es gratuito entonces que Platón proponga en el diálogo donde estudia este tema[4] al propio Gorgias como el interlocutor de Sócrates, para demostrar la inconveniencia de la retórica, ya que en él saldría derrotado. En sus

argumentos, no obstante, se identifican ya los fundamentos de este arte persuasivo capaz de ponerse más allá de la verdad, pues hace explicitar a Gorgias la profunda paradoja en la que se cimentan sus principios. Es interesante conocer sus razones respectivas. Primero, Sócrates pregunta en qué consiste ese arte y qué es lo que permite conocer. Gorgias contesta que su objeto es el discurso. Sócrates sostiene que la medicina también tiene como objeto el discurso, igual que todas las ciencias, pero hace conocer el cuerpo y el funcionamiento de la enfermedad. Gorgias dice que su materia de estudio es el discurso *en sí mismo*, independientemente de otros saberes pero sin el cual éstos no serían nada (un arte útil a cualquier disciplina). Pero Sócrates lo refuta diciendo que en ese caso la retórica en realidad no permite conocimiento preciso alguno y por ello puede considerarse un oficio gregario desde el punto de vista filosófico. Gorgias no puede sino conceder este hecho, pero dice que ha estado con un médico, y que a pesar de que éste poseía un conocimiento verdadero sobre el mal de un enfermo, no pudo hacerle tomar una medicina, mientras que él, sin saber medicina, sólo por medio de la elocuencia de su discurso, consiguió que lo hiciera (lo ha persuadido). Así, dice, la ciencia no sería nada sin la retórica, e igual sucedería con otras disciplinas. Sócrates no puede aceptar esto pues argumenta (y con razón) que entonces la retórica podría convencer también acerca de lo que es falso, ya que su virtud es sólo persuadir sobre cualquier cosa. Y Gorgias desde luego concede también este hecho, aunque sugiere que, como en las artes marciales, el maestro debe enseñar las reglas y no es responsable del mal uso que puedan hacer de ella los alumnos. De este modo, insiste, su objeto es únicamente enseñar el discurso, que tiene valor en sí y que por otro lado permite también defenderse. Sócrates lanza entonces una invectiva contra le retórica pronunciando un largo razonamiento sobre la necesidad del bien y de la verdad, censurando así a esta disciplina que para los sofistas se identifica más bien con la lisonja, los oficios serviles y las falsificaciones de la justicia. Gorgias es desplazado entonces del diálogo (es un acto político), pero deja entrever que no todos los hombres persiguen la verdad sino el provecho, por lo cual es una ciencia útil aunque no se justifique con la verdad.

El diálogo deja entrever la profunda disputa que se instaura en Grecia por el control de la palabra (que es desde Homero un don de los dioses), pero ello no obsta para que la retórica tenga una época dorada en la vida pública a través de las oraciones fúnebres, los discursos políticos, el senado, etcétera. De hecho, los juicios de Platón son enunciados cuando la retórica ha sido ya organizada y probada como un corpus coherente que se define como el sistema de procesos ideativos, constructivos, memorizables y de pronunciación para elaborar discursos elocuentes. Sin embargo, al perfeccionar sus instrumentos técnicos y tomar un lugar preminente en las actividades sociales, la retórica se convierte a su vez en un objeto teorizable, analizable ya dentro de las propiedades del lenguaje y como parte integrante de sus reglas. La nueva actitud que dará legitimidad a la retórica y un sustento teórico más sólido llegará cuando comienza a estudiarse, ya no en su uso o en la evaluación moral de sus fines (como lo hacía Platón) sino en función de los niveles de lenguaje donde opera el discurso y analizando su relación con las operaciones lógicas. Este cambio incluirá también necesariamente una consideración del público como sujeto inmerso en la construcción de sentido y se encuentra sobre todo en la obra de Aristóteles, que fundamenta precisamente estos aspectos y cuyos planteamientos cobran enorme vigencia en toda la tradición occidental.

Aristóteles

La retórica de Aristóteles se divide en tres partes, una dedicada al orador, otra al público y otra a las figuras, pero el aporte fundamental está en la precisión que hace del concepto de verosimilitud, que le permite desprenderse del juicio de la verdad platónica, pues postula que el discurso puede ser más efectivo si parte de lo que es creíble y ya no de lo que es científico. La verosimilitud parte del reconocimiento de que un juicio, aunque no sea verdadero, puede tener más posibilidades de credibilidad si logra crear una ilusión de coherencia real o lógica, sobre todo si es pensado en función del público, pues lo que es considerado como posible puede también ser creíble y por lo tanto *enunciable*.

La verosimilitud

Según esta tesis, es más revelador y placentero ver un hecho como podía haber sucedido que como en realidad fue (o que incluso no necesita haber sido) -piénsese por ejemplo en el teatro, que es un género que Aristóteles tiene en mente cuando elabora este concepto-. La verosimilitud sería entonces un parámetro fundamental en las artes (como procedimiento de la ficción) y en la retórica (como instrumento de persuación) y designa a una lógica del discurso que no requiere más pruebas que las que puede generar por sí mismo sin necesidad de verificarse en los hechos (la autonomía del lenguaje). Por eso la retórica para Aristóteles es una *tejné*, que designa a un campo de producción independiente de lo que es natural o necesario y por lo tanto no precisa someterse a la prueba de la comprobación. Esta *tejné* parte del aprovechamiento de la lógica para construir la argumentación y extraer de ella el máximo de persuación posible, grado que se consigue *adecuando* correctamente el razonamiento y la adición de pruebas a los preceptos de la opinión pública. En este sentido la verosimilitud es una operación que da credibilidad a la lógica del sentido común, pues parte de que para evitar el rechazo debe considerarse más lo que la mayoría piensa que lo que es, sin lo cual no es posible persuadir. Por esta razón se ha visto en Aristóteles al teórico de la cultura de masas y también al que otorga los instrumentos para su dominio[5]. Sin embargo, Aristóteles distingue dos tejnés, una retórica, propia para el discurso público, basada en la conciliación lógica de las ideas (a través de silogismos y entimemas) ,y otra política, cuya verosimilitud obedece más bien a la articulación de imágenes en un orden coherente (para el cual da sus reglas). Esta oposición entre *tejné retórica* y *tejné poética* implica creer que el oficio de la creación (*poiesis*) y el del discurso basado en efectos de sentido son *cosas distintas* (posición aristotélica), pero tal dicotomía no siempre se mantuvo y en los siguientes periodos históricos notamos en otros autores la fusión de estas materias y, sobre todo en obras artísticas (consideradas clásicas) donde tal frontera desaparece (cuando la noción del estilo nuevamente incorpora la lógica y también el ritmo y el uso de giros y sorpresas, por ejemplo[6]) Tal relación cobrará después nuevas direcciones y será, como veremos, definitiva en la Edad Media "donde las artes poéticas son artes retóricas y los grandes retóricos son poetas"[7]. Aquí la idea prefigurada por Gorgias fructificaba al hacer entrar en la retórica lo que "hasta entonces había sido patrimonio exclusivo de la poesía"[8], unificando artificio y creación, técnica y estilo ,bajo un orden de lenguaje.

En conjunto, pues, la retórica se había convertido en un arte, el de escribir y hablar bien en general (y ya no sólo dentro de la deliberación) por lo que al usuario se le exigía incluso una amplia cultura como requisito, y cuya enseñanza (que es ya una completa Psicagogia) subrayaba la necesidad de poseer un saber total. Con este grado de desarrollo es como llega la retórica a Roma, donde es puesta al servicio del Imperio gracias a que ahí sus preceptos educativos (Quintiliano) y su práctica (Cicerón) se refinan y llegan a la profesionalización.

Quintiliano

Como intelectual pagado por el Estado, Quintiliano hace un manual de retórica ya totalmente desprendido de los juicios morales. Su exposición busca ser amena y propone al orador como "hombre ideal" que debe cultivar la prudencia, la sabiduría y la bondad (como el filósofo), y postula también a la literatura como objeto de contemplación en sí mismo por sus construcciones formales (actitud que será también característica después en todo Occidente[9].

Cicerón

Cicerón a su vez representa la imagen arquetópica del orador retórico, tanto por la destreza que muestra al poner en funcionamiento sus artificios con "buen gusto" y naturalidad, como por la habilidad comprobada con que derrotó a sus opositores en situaciones difíciles, gracias a su admirable elocuencia y poder de persuación. En tanto que orador invencible, culto, reputado, debe considerársele como uno de los productos más puros del arte retórico, él sólo marcaría, incluso, toda una época de auge de la retórica. El poder del discurso ha alcanzado para entonces una fuerza tan vertiginosa que el orador (y la retórica) se vuelve un paradigma en la nacionalización e identidad de la cultura romana hasta la mistificación, es decir, hasta el punto en que la retórica convierte a la cultura en un decorado de la política (un hombre que maneja el poder, por ejemplo, debe demostrar que "es culto", lo que es válido hasta hoy en la cultura a la que nos referimos) y que hace a su vez a Roma un modelo clásico e ideal de Imperio para todos los pueblos que están en contacto con la latinidad.

El perfil del orador retórico emanado de ésta época parte así de un tipo de enseñanza institucional que responde a un pleno tratamiento de la palabra como bien público. Esta enseñanza obliga al alumno a aprender el lenguaje, la gramática y desde muy jóven la invención y la declamación. Más tarde la formación del '*rethor*' se vuelve obligatoria y las escuelas adoptan las materias necesarias para su instrucción. Se exige por ejemplo la invención de un caso hipotético sobre el cual cada alumno tiene que deliberar, convenciendo a los demás con una versión y un juicio distintos. Así, la puesta en escena de un pleito simulado, para aprender a hablar, era casi un entrenamiento deportivo. La finalidad de este ejercicio es romper el vínculo subjetivo que el alumno establece con su propio lenguaje, buscando quebrantar la inhibición para que establezca una relación objetual con el mismo, sacando prácticamente la lengua del cuerpo (Barthes), pues convertir la propia palabra en instrumento objetivo es lo mismo que objetivar el mundo y posibilitar el buen dominio de los otros[10]. Después se completa el aprendizaje de la disciplina -la *tejné*- con la enseñanza de la escritura y el alumno está listo para "hacer nacer" la palabra.

Roma

Roma adquirió así una conciencia de sí misma y una identificación cultural con el pulimiento y poder de su lenguaje. Las empresas históricas que le permitieron expandirse por un amplio territorio fueron acompañadas de la implantación del latín en otros reinos y con él la tradición que comprendía todas las disciplinas relacionadas con el discurso. En todo el territorio donde Roma ejerció su dominio encontramos la adopción de este saber y, principalmente en aquellos lugares donde su lengua absorbió las lenguas regionales, es decir, en aquellos donde hubo formación de lenguas romances. Este gran territorio preparó el camino a la cristiandad, la cual penetró justamente hasta los límites donde el latín había llegado. Dicho fenómeno trajo consigo una conciencia de que el pensamiento de un pueblo *es su lengua* (el principal soporte de una cultura), y a esta enseñanza histórica se debe el que los Imperios posteriores supieran con certeza que todo proyecto para dominar un territorio (e imponerle

la "civilización" a sus costumbres "bárbaras") debe empezar por su lenguaje. En la conquista de América tenemos un ejemplo clave. Por esta razón el patrimonio de la antigüedad grecolatina será siempre la fuente clásica hasta convertirse en referencia universal. Pero a pesar de ello, la decadencia del Imperio romano y el advenimiento de otro gran discurso, el de la cristiandad (con cuyo contacto se funda la cultura occidental) haría cambiar profundamente la filosofía del lenguaje. Pero ello requiere cierta reelaboración. En primer lugar, la retórica estaba consolidada, pues además de su uso político-judicial (que se viene abajo en la Edad Media) había ganado también terreno en la creación e inspiración literarias así como en la definición de la estética del estilo; es decir, había dominado por entero el campo de la Poética. Por otro lado, sin embargo, se pronunciaba una religión que daba gran importancia a la palabra como misterio de creación y cuyos principios trascendentes habían sido revelados al hombre por vía de la alegoría, el ejemplo y la narración, justamente mediante la obra de un texto: la Biblia. Como documento de salvación y palabra suprema (divina) las escrituras no entran sino en conflicto con la tradición de la antigüedad pagana, en primer lugar porque el proyecto medieval buscaría formar un orden estable, inamovible, y su intención de moralizar todos los aspectos de la vida lo llevará a una confrontación con todo lo que produce excesos y placeres mundanos. La retórica al parecer estaría vedada por estas razones, pero en los varios siglos que tardó en consolidarse la empresa cristiana ésta disciplina cobraría nuevos caminos, al grado en que la Edad Media logró construir con ella su propia meta de evangelización y mantenimiento de los preceptos de la fe, es decir, como un instrumento de orden. Ello sólo es comprensible si partimos de que el cristianismo no rompe con la civilización romana, sino de hecho cimienta su cultura sobre esa misma base, lo que explica, entre otras cosas,la adopción del latín como lengua ecuménica del período medieval. En muchos sentidos la Edad Media se asume a sí misma como continuación de los designios de Roma, sólo que conducida por el nuevo ideal de la revelación divina. Sin embargo, la continuidad cultural que se buscó entre el pasado helénico y hebreo requería de ciertos ajustes, pues se trataba de dos tradiciones distintas y había que conciliarlas antes de poder construir con ellas su empresa universal. Este ajuste implicaba una labor sumamente compleja y es obra de los intelectuales cristianos, lo cual fue estudiado por E.R. Curtius, quien aportó los elementos para comprenderlo[11] precisamente a partir del estudio del orden de lenguaje que ello dió por resultado. Veamos. En la Edad Media los manuales de retórica son estudiados y se escriben nuevos, pero desde que el cristianismo aparece como religión del Estado la polémica entre Cristiandad y Antigüedad debía ser resuelta. La Edad Media considera un modelo a seguir las obras de Ovidio (por su poética, que incluye agudezas de sentido, figuras sonoras, antítesis y tensiones dramáticas), de Cicerón (por su destreza estilística, no tanto por su eficacia política) o de Virgilio (cuya *Eneida* funda el mito ecuménico y su expresión está basada en mecanismos alegóricos); es decir, discursos provenientes de la Antigüedad que son considerados "elevados" y que tienen fundamentos en la tradición poética y retórica que identifica a la cultura romana. El cristianismo tendrá que justificar estas obras paganas (incluyendo Platón y Aristóteles) dentro de su doctrina mediante una reinterpretación para convertirlas en autoridades.

La Edad Media

Umberto Eco ha sugerido ya los grandes problemas a que tuvo que enfrentarse la Iglesia para hacer caber los conocimientos de la Antigüedad dentro de su proyecto histórico e incluso cómo tuvo que trastocarlos[12]. Lo cierto es que

tales esfuerzos no hubieran sido necesarios si sus empresas de evangelización no hubieran a su vez requerido de la técnica del discurso para poder realizarse.

San Agustín y Santo Tomás

Muchos autores emprendieron esta tarea, y entre ellos San Agustín y San Jerónimo destacan por su labor en esta empresa intelectual. San Jerónimo tenía una educación latina. Hizo una traducción del Antiguo Testamento al griego y, prefigurando ya la actitud del humanismo, entabla "una correspondencia entre la tradición pagana y la cristiana"[13] que le permite ver a la Biblia como documento de fe y también como texto literario. San Agustín en cambio mantiene la oposición entre la antigüedad helénica y el cristianismo, pero tiene como ideal a los clásicos y enseña retórica. Su visión es platónica a este respecto. Para él un discurso no debe sujetarse a la "elocuencia" (aunque la considera necesaria) sino debe ser claro y "atenerse a la verdad más que a las palabras"[14] para ser apropiado a la enseñanza de la fe. Con él se inicia una interpretación que será característica de la Edad Media en la cual se dice que los antiguos tenían conocimientos valiosos pero no los aplicaban a la fe porque todavía no conocían a Dios. Al legitimarlos de este modo, la técnica del discurso podía caber dentro de sus designios y este trabajo intelectual logró así poner "los medios retóricos al servicio del mundo espiritual cristiano"[15], que es entre otras cosas lo que dará origen a la escolástica como el fundamento teológico filosófico que fundamentó el orden del discurso medieval.

La Biblia

En los planteamientos de estos autores se explican las reveladoras exégesis que se hacen de la Biblia y donde se identifican ciertos elementos textuales como tipos particulares de retórica: para su explicación y enseñanza se sostiene que las partes que "no se refieren directamente a la fe y a la moral deben leerse en un sentido figurado"[16], que es un principio retórico, lo que hace necesario instaurar un nivel alegórico para su compresión (la palabra indirecta era también la palabra divina). Con ello la retórica vuelve a ser imprescindible como parte de la cultura general. Juan de Salisbury, citado por Curtius, llega a decir incluso contra la opinión de su tiempo que con la retórica era posible filosofar, llegando a definirla como un "vínculo santo y fértil entre la razón y la palabra"[17]; tales coincidencias (y su ulterior desarrollo en nuestra cultura) ayudan a comprender la paulatina acreditación de este arte en el discurso con que Occidente emprendería su primera empresa de universalización.

Por esa razón el periodo medieval resulta indispensable para comprender las reflexiones que existen sobre el lenguaje desde la Antigüedad (hasta lo que conocemos de Grecia y de Roma incluye las formas en que la Edad Media "depuró" sus conocimientos). Lejos de ser una época "oscura" significa el trabajo de muchos siglos para organizar categorías y técnicas muy precisas para pensar y crear, pues es ahí donde se registra el mayor esfuerzo que se haya hecho por *fijar* en el lenguaje la explicación del mundo y del hombre concebidos como universales. Este propósito aclara porqué la cultura medieval (y su arte) nos parece hoy monolítica: su empresa consiste en la enorme tarea de traducir a un orden humano, terrenal, un orden divino (su vínculo es el lenguaje) y su propósito no es cambiarlo sino mantenerlo inalterable (pues es eterno). Para llevar a cabo tal empresa la institución educativa medieval tiene una estructura basada en dos conjuntos de disciplinas universales y obligatorias: el *TRIVIUM* (que enseña las leyes del lenguaje) compuesto por la Retórica, la Dialéctica y la Gramática; y el *CUADRIVIUM* (que se ocupa de las leyes de la naturaleza): la Astronomía, la Aritmética, la Geometría y la Música. Estos saberes también fueron recuperados de la *Paideia* griega y constituyen una red epistemológica

Las Artes Liberales

que fundamenta la cultura organizada por la teología, que se propone contener un conjunto de verdades universales sobre las cuales es ya posible pensar y hacer (una taxonomía). Por eso los "autores" medievales no son en ningún sentido "creadores" (como se consideran hoy) sino transmisores de saberes ya dados, y cuya libertad consiste en darles nuevas articulaciones (para lo que cuentan con una técnica). Este hecho es fundamental en la operación de la retórica, pues es esta disciplina la encargada de organizar las verdades universales que pueden organizarse en cualquier discurso (una Tópica) así como los casilleros formales que pueden llenarse de contenido y que son generales y producen verosimilitud (los llamados lugares comunes) aparte de las clasificaciones dadas en la antigüedad (partes y figuras).

De esta organización se desprende uno de los aspectos de mayor riqueza de la tradición retórica, pues comienza a perfilarse un capital de contenidos textuales (lugares, acciones, efectos, sensaciones, sentimientos, etcétera) que se convertirán en un gran acervo para la imaginación occidental mucho más allá de sus efectos (figuras) y de sus usos formales[18]. Las consecuencias y datos de este universo tópico es algo que no podemos agotar aquí, pero ha llegado a incorporarse a los hábitos de representación de tal manera que resultan ya poco identificables como productos de una retórica. La Tópica y los lugares comunes versan sobre fragmentos de discurso característicos y se refieren a modos arquetípicos de formular una obra; enumerar algunos de ellos puede dar una idea de su consistencia: la consolación, la falsa modestia, la recurrencia a la historia como prueba, la invocación de la naturaleza, la amabilidad del paraje para la reflexión, el entorno del héroe, el mundo al revés, lo abigarrado, lo cavernoso, lo vedado, la imposibilidad de referir lo indecible, el drama entre los que están y los que se han ido, y muchos otros (esta última frase es parte de otro elemento tópico: lo que no puede terminar de contarse).

Pensar que Occidente haya emprendido la organización de estas formulas universales revela que el orden del discurso descansa sobre una empresa gigantesca y no afecta solo su superficie (ornamento) sino incluye también una retórica de los temas, es decir, paradigmas de la *imaginación* (que se considera hoy como lo contrario a un programa). No hay que olvidar sin embargo que para el medioevo *fijar* la imaginación no es una contradicción, pues ante todo piensa

Occidente

en el mundo como una entidad estable; un estudio pormenorizado de estos elementos revelaría las consecuencias profundas de lo que hemos querido decir cuando afirmamos una unidad de sentido de la cultura occidental más allá de sus épocas, pues a partir del análisis de esa construcción podríamos entender por qué "la antigua retórica contribuyó a determinar, mucho más allá de la Edad Media, la expresión artística de Occidente"[19]. A partir de una clasificación de esta tópica podríamos así comprobar cómo una figura que aparece en un texto menor del siglo XI o XIII vuelve a encontrarse en el siglo XX en una novela o en algún mensaje comercial contemporáneo (fenómeno conocido en semántica como actualización de una estructura). Es decir que tales elementos están presentes en muchos productos culturales, pues se han integrado en nuestros hábitos de tal manera que resulta ya difícil apreciarlos en su dimensión histórica. Llegados a este punto es necesario decir que la imagen participa también de ésta tradición y tenemos que pensar en las consecuencias que esto genera. La presencia de la retórica en la imágen contemporánea está desde luego en el uso de figuras, pero también en sus contenidos, y en esto no estamos muy lejos de la atención puesta por John Berger, por ejemplo, en la continuidad existente entre la pintura clásica occidental y la publicidad contemporánea[20]. Este caso podría llevarnos a otros niveles, pero por lo pronto dejemos anotados aquí los alcances de una forma del discurso occidental, que ciertamente, y como puede ya sospecharse, conlleva una identidad taxonómica que terminará por ser juzgada como formadora de clichés y estereotipos que atentan contra lo que después se llamará "imaginación creadora", en una tendencia que culminará con su total desprestigio académico.

El Renacimiento

La apropiación efectiva del discurso por la retórica que permite una escritura figurada es algo que también desde muy antiguo había provocado la crítica de los que defienden el uso puro y directo del lenguaje. Ya en el medioevo se había sucitado una reacción en contra de los que producían un lenguaje exótico y barroco (el asianismo: antecedente del manierismo europeo) y la defensa de los estilos despojados de todo artificio "excesivo" (el aticismo, a su vez precursor del clasicismo). Pero la retórica sobrevive todavía en el Renacimiento aunque con otros fines. De ella el humanismo busca recuperar el efecto estilístico y vuelve a valorar la *Poética* de Aristóteles y su concepto de verosimilitud. En otras palabras, la "vuelta a lo clásico" era reafirmar la paternidad de la antigüedad, y el Renacimiento (más cerca de lo medieval de lo que a sí mismo se consideró) comenzó a interpretar su mundo y su ideal de belleza con el lenguaje que había heredado de la tradición. Esta actitud es particularmente interesante en el neoplatonismo, que postula una reacreditación del arte (que había impugnado Platón) argumentando que si el fin era dar a conocer el mundo Ideal éste tendrá que revelarse en el mundo cotidiano (humano), pero que ello sólo era posible a través del sentido figurado, pues "el rayo divino no puede alcanzarnos a menos que está cubierto de velos poéticos"[21].El imaginario renacentista se expresaba de este modo a través del "discurso elevado" como medio para llegar a lo supremo, lo que le permitía ver a las vírgenes como hermosuras y a los ángeles como prototipos de belleza, conciliando esta vez a la antigüedad con el cristianismo en base a otros criterios (llamados humanistas: la lectura poética de lo divino). En la poesía el uso de la retórica se acreditaba por este mismo mecanismo, y aparecía ya no como entidad servil sino como verdadero conocimiento estético. Pero, por otra parte, en este periodo la oratoria política reaparece cobrando nueva fuerza y surge una enseñanza destinada a consolidar la propiedad privada de la palabra a través de la aplicación

...rante la Edad Media y el ...acimiento fue muy difundida la ...presentación de las siete Artes Libe... ...s. En la gráfica, aparecen per...nificadas alegóricamente en estas ...iaturas de Nicolás de Bolonia, de ... códice del siglo XV de la Ambro...na de Milán.

pedagógica de verdaderas competencias atléticas entre los oradores. En el siglo XV el nuevo ideal retórico de la elocuencia consiste en apropiarse de un método para eliminar al contrario basado en el planteamiento de disyuntivas ante las que cualquier respuesta hace caer en el error; para semejante método no hay mejor medio de derrotar al enemigo que hacerlo contradecirse -su discurso objeta su propio discurso- y a partir de entonces hacer caer en este estado a un otro equivale a ponerlo en ridículo y por tanto a vencerlo, y así la retórica vuelve a demostrar sus posibilidades de convertirse en instrumento de poder.

El nuevo dominio de la retórica cubre de este modo un nuevo periodo que llegará hasta el Barroco, y es entonces cuando comienza a supeditarse al estigma de la ornamentación, pues había permitido convertir al lenguaje en un complejo sistema expresivo que hacía aparecer los textos como enormes laberintos formales, que es contra lo que el neoclasicismo se pronunció intentando limpiarlos de todos sus excesos. No obstante, en el siglo XVIII la retórica continuó siendo materia de enseñanza y se había refugiado de nuevo en las escuelas (jesuitas) donde seguía siendo vehículo de prestigio (los oradores son premiados por su elocuencia). Será hasta el XIX cuando surja un pronunciamiento artístico contra la palabra, la cual se consideró ya no como fin sino como instruemto de la creación y la intuición, y la retórica será por ello criticada enormemente hasta desaparecer por completo de los ideales artísticos (que se fundan entonces con el Romanticismo, que es el que emprende esta invectiva contra el artificio retórico: toda negación del esquema en el arte es heredero de esta concepción).

R. Barthes señala que entonces la retórica sirvió a la francmasonería, pero también se mantuvo en los manuales que se escriben hasta el siglo XX bajo la forma de "técnicas para redactar con estilo", de "artes de la declamación" o cosas de ese tipo, donde decae finalmente junto con los maestros "tradicionalistas" que enseñan todavía sus reglas y al mismo tiempo ven a la literatura como un discurso por el que hay que conmocionarse, en una curiosa combinación de romanticismo y retórica.

Esta muerte académica sin embargo no decreta su desaparición. Es fácil advertirla aún en discursos politicos,en foros penales, y en actos públicos (ese es un lugar original) que reclaman todavía la participación de la oratoria. Pero respecto a sus posibilidades persuasivas basadas en paradigmas semánticos y efectos de sentido, la retórica renace a su vez en un nuevo discurso en el que casi no había sido explotada sistemáticamente con esos criterios y donde vuelve a florecer con el revestimiento de un lenguaje visual transformando por ello su organización (cambia de materia expresiva). La semiología, ciencia que se propuso investigar las estructuras de significación de la actual cultura de masas, encontró de nuevo a la retórica y sus formas de construcción tradicional en un discurso de creación reciente donde evidentemente su función era indispensable: la comunicación visual, y especialmente la publicidad, con la cual esta disciplina se vuelve a actualizar en textos y en imágenes revelando de nuevo su carácter transhistórico y demostrando aún su efectividad bajo los mismos parámetros que habían sido cuestionados por Platón y fundamentados por Aristóteles.

Ello nos lleva entonces a incursionar ya en una retórica gráfica, sobre todo a partir del uso de figuras, y a explicar sus fundamentos teóricos, pero ahora a la luz de esta larga tradición que, como hemos visto, rebasó los aspectos superficiales del discurso y llegó a ordenar sus bases mismas.

Personificación de la Retórica en fresco anónimo del siglo XV, Gal Nazionale delle Marche, Urbino.

LA TECNICA RETORICA.

El conjunto de la preceptiva retórica se establece sobre un modelo teórico del discurso que determina la organización de sus géneros, el lugar de sus partes y los efectos de sus figuras. Se distingue del contenido propiamente dicho pues, en tanto que modelo, puede ser actualizado con diversos temas (a veces se presenta como apropiado a todo tipo de temas) y por ende se presta también a diferentes intenciones. Sin embargo, no es tampoco una organización que se agote en la forma, ya que su dominio abarca la disposición de las expresiones y el mecanismo que ellas establecen para la configuración de un significado, explicando en qué consiste este último (construyéndolo) y aclarando la relación que establece la significación con el público para que tenga lugar el acto de la comunicación. La amplitud de este desarrollo puede hacer pensar que si se sigue el modelo retórico el contenido mismo es secundario, pero tampoco se puede pensar en un contenido *per se*, que no necesite de la expresión y no requiera entonces un orden de exposición. Entre estas dos dimensiones existe algo más que un puente, y la retórica es una técnica que pone incluso en entredicho la independencia entre la forma y el contenido. Esto explica el ejemplo de Gorgias frente a Platón: para convencer al enfermo,Gorgias tuvo que haber llenado sus argumentos con contenidos necesariamente provenientes de la medicina, pues la pura forma no le hubiera bastado para lograrlo: aunque el éxito reside en la elocuencia, ésta no puede existir por sí misma, sino que necesita llenarse semánticamente para cumplir su objetivo. Este mecanismo para crear contenido, claro está, también surge del método, e implica que Gorgias tenía que saber por lo menos cosas básicas y universales de la medicina. En otras palabras, no es posible generar una forma sin un contenido, pues la forma siempre recorta, distingue sobre algo, mientras que el contenido no puede manifestarse si no es mediante una estructura formal. Así pues, por más que la forma se aísle siempre tendrá una repercusión análoga sobre el contenido del cual es forma (sus diferencias son teóricas). Así pues, cuando la retórica nos enseña ciertos artificios formales, también nos obligó a ordenar el pensamiento de un modo específico.

De cualquier manera la retórica se otorga a sí misma la facultad de sobreponerse a este dilema , ya que no intenta definir el contenido semántico de, por ejemplo, las palabras (eso es tarea de manuales como los diccionarios, que son una recopilación estadística de la semántica de una lengua) ni tampoco las reglas sintácticas que se establecen entre el conjunto de las palabras posibles (como lo hace la gramática), y ni siquiera es de su competencia la organización de la coherencia del pensamiento y de la razón (que es más bien patrimonio de la lógica y la dialéctica), pero se sirve de todas ellas para posibilitar la persuación.

La técnica retórica que nos proponemos abordar ahora puede comprenderse entonces como la sistematización de unas reglas, de una semántica y de una lógica puestas en práctica. Lo que la aísla para ser autónoma es el efecto, la elocuencia llena de significado, y va desde un enunciado mínimo hasta la enorme cadena de elementos que constituyen un discurso. Los manuales de retórica identifican por ello no unidades mínimas sino construcciones ya organizadas, dotadas de sentido, por lo cual es necesario explicarla siempre con ejemplos. Incluye por ello una reflexión sobre cómo significa, cómo se percibe y cómo se ejerce un mensaje: es una teoría completa sobre el comunicar, independientemente de lo comunicado (aunque sus reglas implican ya un primer nivel de significación).

Este capítulo busca, sin embargo,comenzar a aproximarse a los efectos de la retórica sobre la imagen, pero como ello nos hará dejar de lado aspectos que se relacionan con otro tipo de discursos (políticos, forenses, etc.) que también forman parte de la retórica, es necesario resumir brevemente la técnica en su conjunto, ya que es de ese contexto de donde se desprenden las figuras visuales, que sólo desarrollan algunos aspectos del método general.

La inventio

Hay, como señalamos en la primera parte, varios momentos en la elaboración del discurso. El primero de ellos, llamado *Inventio*, permite hallar lo que se puede decir. Aquí nos interesa retomarlo porque parte de que el universo de temas no es producto de la invención, sino de que las verdades universales ya están dadas y sólo hay que saber encontrarlas. Lo que se propone la *inventio* es entonces clasificar los argumentos y los temas básicos, poniéndolos al servicio del usuario. Juegan en este aspecto un importante papel tanto la Tópica como los lugares comunes. La Tópica, como vimos, es una reserva de contenidos actualizables sobre los que es posible seleccionar. Son especies de matrices arquetípicas que versan sobre los motivos que producen las ideas o sensaciones de cólera, virtud, afecto, comicidad, placer, etc., basados en la costumbre pública y por tanto considerables como verdaderas para el sentido común. La *inventio* enseña como usar este archivo, este depósito de verdades tópicas donde cualquiera puede ir a buscar argumentos (son como las letras para escribir, dice Barthes[22])y permiten discurrir incluso acerca de lo que es desconocido, pues registran aseveraciones e ideas consideradas universales. De acuerdo a la Retórica aristotélica, son el conjunto de nociones más o menos fijas de la opinión pública sobre los que se funda la verosimilitud (abarcando el universo de construcciones de la imaginación que son propicias incluso a la creación artística). Su historia, por lo señalado en el capítulo anterior, hay que buscarla en la Edad Media -donde el conjunto de verdades universales está garantizado por la matriz del discurso divino- y también en obras de ficción que datan de la Antigüedad.

Un ejemplo sencillo puede ser el siguiente: cuando un sujeto, en una situación clave, prefiere no demostrar su poder y más bien actúa con modestia, ello produce la idea de virtud, de heroísmo y suscita la inclinación del público a su favor; este elemento tópico puede ser utilizado para exaltar a un héroe novelesco ante los "enemigos", a un santo medieval ante los herejes, a un burgués entre la prole o a un pobre entre los lujuriosos ricos, pues es un elemento tópico permutable. Lo importante aquí es que se ha logrado aislar la fórmula (independientemente de su uso) y por ello puede considerarse como el principio de un figura.

Este tipo de arquetipos (el lector puede ya imaginar consultando a su memoria los muchos que hay y cómo aparecen en diferentes contextos) son los que la *inventio* clasifica y pone a disposición en cada manual, como compartimentos para llenarse. Lo que se "inventa" entonces no son los argumentos sino la selección que se hace de ellos para armar las pruebas, y serán también artificios indispensables para constituir las "verdades" sobre las cuales se construyen las premisas para los razonamientos lógicos (no todos los hombres son virtuosos, la modestia es una virtud, etc.).

La *inventio* es así la búsqueda de las razones con las que se interesa probar una cosa, pensando primero en seleccionarlos y después razonando cómo habrán de organizarse en silogismos lógicos a lo largo de la argumentación (para persuadir, desarmar a un contrario, etc.). La *inventio* parte en este sentido

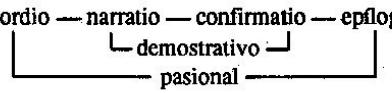
de que tales operaciones no tienen que ser científicas sino públicas, y deben distribuirse en dos dimensiones, una lógica y otra psicológica: la primera para convencer y la segunda para emocionar. Esta división hace hincapié en que unos son los mecanismos para movilizar la subjetividad y otros para organizar el razonamiento. Este último, el de la lógica, se desarrolla a su vez en dos estrategias. La primera es la de la inducción, generada sobre todo a partir del *exemplum*, que puede ser una fábula, una parábola o un ejemplo histórico, y con el cual el espectador es inducido al razonamiento sobre el que se intenta persuadir, como cuando nos es difícil explicar una cosa y acudimos al "por ejemplo...", suponiendo que el interlocutor sabrá inferir a partir de tal comparación la veracidad de lo ejemplificado. La otra es la de la deducción, que a partir de las premisas planteadas logra conducir a la conclusión conveniente.

Según la tradición, la deducción se desarrolla por silogismos (dos premisas y una conclusión lógicas) pero el silogismo tiene en retórica una variante llamada entimema que introduce veladamente una premisa falsa, pero agradable al público, y supera a la lógica precisamente porque la reviste del lenguaje del razonamiento y la hace aparecer como verdad (disfraza a un argumento falso de silogismo). En la retórica el entimema deductivo, como parte de la lógica y de la *inventio* es de importancia fundamental, pero de su constitución y uso hablaremos más adelante con mayor precisión. El *exemplum* es, pues ,suave, estimulante, conduce al placer y permite tomar lo particular por lo general. El entimema es más violento y poderoso, pues aparece como razonamiento. La *inventio* permite encontrar estos elementos (argumentos, Tópica, lugares comunes, *exemplum* y entimemas) y a partir de aquí empieza el siguiente paso de la metodología retórica: La *dispositio*, que dice cómo distribuir y ordenar los elementos hallados en la *inventio* a lo largo del discurso. Según el género de que se trate las partes que recomienda la *dispositio* varían, pero en términos generales son la *exordio*, la *narratio*, la *confirmatio* y el *epílogo*,las cuales abarcan los siguientes aspectos:

La dispositio

a) la *exordio* es un acto solemne donde se anuncia que el discurso comienza, es una introducción que intenta seducir, busca complicidad o preparar el ánimo del público mediante la insinuación; con ella se consigue pues despertar la atención.
b) la *narratio* aduce pruebas, explica causas y es base de la argumentación persuasiva (ubicando tiempo, lugar, acciones, medios, maneras y fines de los hechos).La retórica recomienda que debe ser contundente, sin rodeos: breve, claro, verosímil.
c) la *confirmatio* utiliza los razonamientos elaborados por la *inventio* y constituye la argumentación propiamente dicha en el acto probatorio. Su fin es convencer considerando incluso las refutaciones posibles, que pueden aprovecharse con habilidad.Esta parte implica un dominio de la lógica y recomienda, como señalamos al principio, distribuir primero los argumentos fuertes, luego los solazantes y al final los que conmueven (considerándo la lógica del ánimo del público); finalmente aparece:
d) el *epílogo*, que complementa la exordio y anuncia que el discurso llega a su conclusión. Psicológicamente el epílogo es una parte importante porque hace sentir un descanso cuando notamos que se acerca la culminación de un acto. Como decía Cicerón, nunca parece largo algo cuyo fin se anuncia.

Roland Barthes[23] propone que estos cuatro momentos del discurso establecidos en la *Dispositio* dividen la persuación lógica y la psicológica como sigue:



La elocutio

La tercera parte de la retórica es la *elocutio*, que organiza los modos para ponerle palabras a las partes del discurso, con base en tres requisitos: corrección (gramatical), claridad (disposición lógica) y elegancia (uso de lenguaje indirecto y sentidos figurados). En este punto es importante destacar que la *elocutio* se especializa en el aspecto semántico de las palabras, partiendo de que el sustituir un término por otro produce una carga de significación mayor al de la palabra desnuda, pues depura la expresión y construye el "estilo". Es aquí donde se organizan las figuras y el nivel del lenguaje poético que opera una transfiguración del sentido y empieza siendo una ornamentación para convertirse después en un medio para decir lo que las palabras usadas "normalmente" no podrían, por lo cual es el aspecto de la retórica más apropiado a la poesía y a la imagen, como iremos viendo.

En síntesis, éstas partes de la retórica son las que constituyen la técnica persuasiva del discurso retórico en la tradición occidental. Pero la *elocutio* ha llegado a absorber en la actualidad toda la retórica porque de ahí se desprende la reflexión sobre la semántica del lenguaje figurado, que será el único aspecto que consideraremos en adelante y para cuya compresión, sin embargo, será necesario especificar, aunque sea someramente, los elementos teóricos que se refieren a cómo significa el lenguaje, a sus estructuras semánticas y a la dicotomía entre el sentido directo e indirecto a través de la lógica expresiva (los principios de las figuras retóricas).

La Significación.

Uno de los aspectos más importantes para la compresión de un discurso, no sólo retórico, y para su análisis, es el fenómeno de la significación. Al abordar cualquier hecho de lenguaje la significación se pone en juego siempre de alguna manera, pero ésta se constituye a partir de un conjunto de circunstancias específicas que hay que considerar, pues antes de argumentar sobre la creación de efectos de sentido, es necesario tener en cuenta cómo el lenguaje significa. Veamos pues las líneas generales en las que se desenvuelve este fenómeno.

El lenguaje

Lo específico del lenguaje, antes de toda retórica, es su función comunicativa. Todos practicamos este acto cultural cotidianamente. Visto desde una perspectiva amplia, podemos decir que en el lenguaje se ejerce nuestro ser social, y si se da a este fenómeno una importancia primaria es porque en él se asienta nuestra relación con el mundo y la manera en que lo comprendemos. Podemos decir así que es el principal artificio con el que marcamos nuestra diferencia como seres culturales respecto a la naturaleza, para dominio incluso de ésta última. El poder del lenguaje en este sentido reside en que posibilita nombrar las cosas, los conceptos y las ideas, dándoles una forma y una organización dentro de nuestra estructura intelectual. Este poder se hace visible cuando logramos nombrar las cosas, pues el lenguaje es la herramienta primera: "si hago una muesca en el árbol -dice Ernst Fisher- este árbol está condenado",

El signo

pues ha sido marcado y por lo tanto "librado al poder del hombre"[24]. Así, nombrar significa abstraer, poner una marca comprensible para la conciencia independientemente del objeto, y con ello se genera una nueva realidad suprasensible. La facultad del lenguaje consiste entonces en producir signos, entidades que sustituyen a la naturaleza y se convierten en herramienta del hombre, haciendo posible el pensamiento y la expresión.

La naturaleza del signo ha sido estudiada ampliamente por la lingüística y posteriormente por la semiología, y aquí nos interesa retener algunos aspectos fundamentales que se refieren a él. Un signo es por definición diferente de aquello que nombra, pues se genera precisamente para sustituir al objeto. En la medida en que responde a un artificio cultural, no guarda una relación directa con la naturaleza, sino que obedece más bien a la idea que nos formamos de ella.

Ferdinand de Saussure, quien revitalizó este concepto, dijo por ello que el signo se podía entender como la asociación de esa marca que perciben nuestros sentidos (como la marca del árbol), llamada significante, con el contenido que le adjudicamos a ella, el significado (o la imágen mental que nos produce). Estas dos caras del signo, sin embargo, son producto de una convención social.

Es decir , si tomamos como ejemplo el signo 'caballo' es evidente que el conjunto de sonidos articulados k-a-b-a-y-o no se parecen ni guardan relación alguna con el objeto que designan. Así, para que ese signo tenga sentido es necesario que exista un acuerdo entre los hablantes respecto a lo que debe significar. Los signos pues no son motivados por sus objetos sino convencionales, y por ello -dijo Saussure- la relación entre el significado y el significante es arbitraria, es decir, que sólo tiene validez dentro del concenso de un grupo o comunidad, hecho que se puede probar si observamos que ese mismo significado puede tener otros significantes en diferentes lenguas: "horse", "cheval", etc., porque pertenecen a otra convención.

Por otra parte, los signos no tienen un valor aislado, sino que significan en relación a otros, pues establecen ante todo un conjunto de diferencias. Así, 'caballo' solo tiene sentido por su oposición a los otros animales que no son caballos, y esta lengua, para acuñar dicha palabra con un mínimo de significado, tendrá que generar por lo menos otra que fuera 'no-caballo', aunque en realidad cuenta con una infinidad de signos que ya le son complementarios: cabra, mamut, perro, etc. Este aspecto ha hecho que la lengua sea observada como el conjunto de distinciones que somos capaces de establecer ante el mundo, como una red conceptual que proyectamos ante él para conocerlo. Dicha red, que aglutina un amplio número de signos, distribuídos en clases y formas distintas de funcionamiento, constituyen un código, y cada signo tiene valor sólo en relación a este código. La lengua española es un código, y para comunicarnos con él es necesario conocer sus reglas, pues es de naturaleza convencional y sus signos tienen valor respecto a la comunidad lingüística que sustenta esa convención.

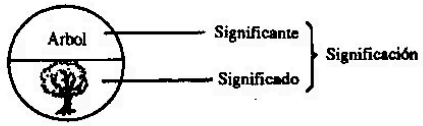
A partir de este perfil del signo se puede ya entonces comprender lo que se entiende por significación y cómo ésta posibilita la comunicación mediante el lenguaje: implica reconocer la asociación mutua entre significantes y significados (relación semántica), entre los signos y los sujetos que comparten el código (relación pragmática) y las relaciones que establecen los signos entre sí para formar enunciados (relación sintáctica). El código, además, se actualiza y se renueva constantemente, pues aunque sus unidades sean contables, se puede sin embargo producir con él un número infinito de enunciados, pues

siguiendo las reglas del código sus posibilidades de combinación no terminan nunca.

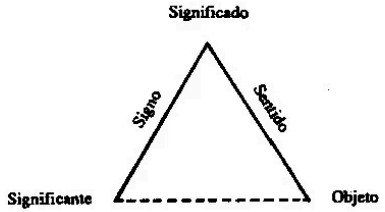
La significación alude así a la producción de contenidos que generan los signos en relación a un código y a sus usuarios, aspecto que define también su dimensión semántica. Hay que insistir, no obstante, en que la significación no representa una traducción de las leyes del mundo físico al lenguaje, sino que es el lenguaje el que codifica la naturaleza de acuerdo a ciertos criterios. Aunque al usuario le parezca que establece mediante el lenguaje una relación directa con su entorno (debido a que lo ha incorporado) es más bien el lenguaje lo que hemos privilegiado para formalizar al mundo y las relaciones que establecemos ante él.

Por esta razón cada lengua 've' al mundo de diferente manera, pues sus códigos establecen la red conceptual marcando las distinciones que le son pertinentes a la cultura en que se genera la lengua. Hay que tener claro que lo que puede ser pertinente, por ejemplo para el inglés, quizá no lo sea de la misma manera para el español, como sucede cuando asignamos un mismo signo para 'hermano' y 'hermana' (donde sólo distinguimos entre masculino y femenino) mientras que el inglés asigna un espacio semántico (lexical) claramente diferenciado para ambos: sister/brother. Así, la relación que se establece entre la significación y la realidad (lo nombrable) es muy complejo. De hecho nos obliga a considerar que cada lengua es producto de una tradición cultural distinta y que utilizar un código nos compromete ya con una forma particular de ver la realidad.

Esto nos conduce a su vez al problema del sentido, pues los signos que producimos no sólo formalizan las distinciones que hacemos de la realidad (la significación) sino que incluye el lugar que les atribuimos dentro de los criterios con que opera nuestro código particular. Esta formulación nos permite ir del esquema saussureano del signo, que considera al significado y al significante como las entidades que lo definen:



a uno más complejo que considera al sentido como resultado de la segmentación de la realidad para producir un contenido que se manifiesta a su vez en una forma:



y que demuestra que la relación entre el significante y el objeto no es directa.

Semiología

La producción de significación es resultado entonces de la codificación de la realidad, pero el universo de los signos se amplía si consideramos que todos los hechos culturales (y no sólo los lingüísticos) significan. Además los signos no nombran unicamente objetos sino conceptos e ideas, por lo cual el aspecto semántico del lenguaje ofrece grandes posibilidades para comprender el sentido que le damos a nuestro entorno natural y social. De esta concepción es que nace el proyecto semiológico, que parte del análisis de los signos que se producen en diferentes lenguajes para identificar el universo de significaciones que componen a una cultura. Por otra parte, los signos son entidades que pueden estudiarse como objetos autónomos, pero la práctica del lenguaje hace uso de los signos a través de entidades mucho más amplias (los enunciados) y donde su función semántica se hace más compleja. Desde un punto de vista teórico, los signos tienen una significación más o menos fija estadísticamente, pero el sentido se da también a partir de la interacción de los elementos del lenguaje en un contexto, que puede ser formado por los signos mismos (contexto semántico)

El texto

o bien por su relación con otros ámbitos exteriores al enunciado. Por ello el análisis de los fenómenos que significan es abordado a partir de la noción de texto, pues el texto es una organización compleja de signos que conforman una unidad global de sentido. El discurso retórico respondería a este punto de vista, pues sus parámetros de significación son elaborados bajo la perspectiva de un tipo particular de texto.

Para la semiótica este criterio es fundamental, pues bajo la noción de texto se estudia la composición estructural de los hechos culturales a partir de lo que significan en cuanto textos. Se puede entonces caracterizar como hechos del lenguaje a fenómenos como el vestido, la música, la arquitectura o las imágenes, lenguajes que pueden plantearse como pertenecientes a un código y que por tanto producen textos: un texto edificio, un texto ciudad, un texto-cuadro, etc., lo que implica asumirlos también como entidades generadoras de significación. Es importante aclarar aquí que no es comprendiendo este tipo de textos bajo el modelo lingüístico como se puede estudiar su estructura significativa. Más bien la noción de lenguaje deja de pertenecer al modelo lingüístico para construir a esos objetos como textos.

Esta discusión es importante aquí porque con la retórica, en efecto, se comprueba cómo un modelo discursivo que tuvo su origen en la lengua se convirtió después en un programa textual apropiado también a otros lenguajes, especialmente el de la imagen gráfica, como veremos después. Lo importante es observar que el universo de la significación abarca un gran número de fenómenos culturales y su análisis pone de manifiesto la pertinencia del modelo teórico que se propone abordar esos hechos preguntándose por el sentido que producen. La imagen, por ejemplo, tendrá que caracterizarse como un lenguaje, y por tanto una metodología semiológica para su estudio requeriría plantearse la existencia de códigos visuales, es decir, convenciones de representación visual que generan signos, sentidos (y textos) significando algo siempre. Para comprender el discurso es necesario, pues, partir de la significación, es decir, del conocimiento del sentido que tienen los signos en relación a un código para decir algo con respecto a nuestra cultura.

La semántica.

La disciplina que se encarga de estudiar el campo de la significación de los signos y los textos es la semántica. Mientras la gramática se ocupa de explicar las reglas que norman el código para producir mensajes, y la semiología estudia el significado cultural de los textos, la semántica intenta dilucidar qué espacio de contenido cubren los elementos del lenguaje, es decir, cómo segmentan la realidad, cómo se articulan en la red del código, y cómo varían históricamente; en una palabra, trata de identificar qué es aquello que los signos nombran.

Para afrontar esta tarea, la semántica estructural plantea que los elementos del lenguaje se distribuyen por oposiciones, constituyendo un sistema. Su análisis puede ir desde el nivel fonológico en el caso de la lengua (por ejemplo cuando permutamos un 'o ' por una 'a' en el contexto 'herman-', donde, si cambia el significado decimos entonces que esas letras son pertinentes para el sentido, y por tanto tienen valor semántico) al léxico (cuando bajo el significado genérico de 'planta' se subestructura un conjunto de oposiciones hasta llegar a especies más precisas, definiendo los rasgos pertinentes que los caracterizan, como sucede con cualquier definición de diccionario), al gramatical (pensando si el orden de los signos altera el sentido, como cuando decimos que no es lo mismo "esperar saber" que "saber esperar", etc.) y también al nivel textual (por ejemplo definiendo los elementos pertinentes de un género literaro, etc.). La semántica se ocupa también de los cambios de sentido, de los casos de sinonimia, homonimia, etc., pero, además de estos usos lingüísticos, es una disciplina que a partir de la semiología enfrenta también la significación de otros códigos: por ejemplo, podría hacer una teoría de lo que significan los colores o las formas en diferentes contextos para definir su sustancia de sentido.

Bajo esta óptica parece difícil establecer una semántica de todos nuestros lenguajes, pero de cualquier forma sigue siendo legítimo que nos preguntemos por el significado de los textos que producimos.

Semas

Con éstos criterios de la semántica se pueden establecer parámetros para especificar las oposiciones estructurales que definen el campo de significación de los signos. Así, dice la semántica, los rasgos pertinentes de un signo pueden denominarse *semas*. Por ejemplo, el signo 'mesa' tendrá los siguientes semas: objeto-mueble-con un soporte liso-horizontal-sostenido por varios pies. Algunos de estos semas pueden pertenecer a otros objetos, pero basta con que un sema cambie para que digamos que entonces se trata de otro signo (prueba de la permutación). Evidentemente cada lengua, y cada lenguaje, merecerá una semántica distinta, pero siguiendo este procedimiento podríamos hallar incluso los casilleros que aún no han sido llenados, es decir, signos que aún no han sido acuñados pero que tienen un lugar dentro de la estructura del código (así como también registra las "especies" muertas).

Es cierto que estos matices parecen demasiado alejados ya de la exposición de la retórica, pero ayudarán a comprender la construcción de las figuras. Por lo pronto señalemos que el nivel semántico del lenguaje define en gran medida el contenido de los mensajes que generan los textos. En este sentido hay que señalar que la unidad textual plantea una red semántica compleja que abarca una estructura sémica de grandes proporciones (su estudio rebasa los límites de este trabajo) y con un funcionamiento que abarca muchos niveles (implicaría una

genealogía de los sentidos que producimos), pero conviene retener sus criterios generales.

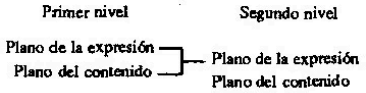
Por otro lado, la significación es un fenómeno más extenso que las estructuras semánticas, pues implica a su vez comprender otros aspectos como el contexto histórico-cultural en el que se genera el sentido, el estatuto teórico del productor y receptor del mensaje, la sustancia física en que se manifiesta un lenguaje, etc. (los cuales, no obstante, integrados en una semiótica compleja, tienen también una organización semántica en el texto, podemos leerlos en él, sólo que necesitamos mucho más que un diccionario).

Denotación y connotación

El problema puede plantearse entonces, en términos generales, asumiendo que un texto puede hacer referencia a otros textos, incluso cuando los niega (en este terreno no tiene lugar la neutralidad). Así, su lectura puede plantearse por lo menos en dos niveles: cuando atendemos a lo que dicen explícitamente (denotación) y cuando el sentido incorpora también lo que existe implícitamente (connotación). Esto nos llevaría a su vez a establecer una semántica que abarcara aquello que no es dicho pero que también forma parte de la comunicación. De hecho, la semiología es una disciplina que ha privilegiado el estudio de las connotaciones del lenguaje, pues ello equivale a establecer el lugar cultural de los hechos significantes.

El principio de la connotación es importante para comprender el funcionamiento de la retórica, sobre todo de sus figuras, las cuales son especialmente apropiadas para construir ese segundo sentido de lo no dicho, pues capitalizan buena parte de los mecanismos del lenguaje que producen un sentido implícito.

La connotación puede entenderse como un segundo sentido. Así, mientras un mensaje tiene un plano de la expresión y un plano del contenido, su unidad se convierte a su vez en significante de otro sentido, como se plantea en el siguiente esquema:



La denotación define así la significación primaria, y pertenece al mecanismo del lenguaje que comprende el aspecto referencial de los signos (lo que designan más o menos directamente) y es por ello un objeto de estudio definitivo para la semántica. La connotación, en cambio, ubica la denotación como síntoma (es decir como signo) de otros hechos, y por tanto se ejerce siempre sobre el nivel del discurso. Un automóvil, por ejemplo, puede denotar a un vehículo-con cuatro ruedas-y motor-para transportar pasajeros, pero según el caso puede connotar un status, un gusto, una época, etc. Por eso el estudio de la connotación conduce a incorporar al sentido los sistemas de valores, ideas, ideologías y producciones imaginarias de la colectividad. Como puede advertirse, este nivel sería el apropiado para describir los elementos de la persuación del discurso retórico, pues éste se mueve siempre entre lo que se dice y lo que se entiende, siendo por ello fuertemente connotado.

Con todo, podemos decir que, manteniéndonos todavía en el nivel primario, los signos tienen un contenido más o menos fijo, un valor específico dentro del código. Esta aseveración es importante porque de acuerdo a la lógica del lenguaje se requiere de un consenso social mínimo sobre el significado de ciertos términos u objetos para que exista la comunicación y sobre esta base se

desarrollan los demás niveles. Mientras los textos que producimos circulan creando infinidad de connotaciones, hay sin embargo un acuerdo tácito sobre lo que ciertas entidades quieren comunicar aunque sea aproximadamente.

Cuando consultamos el diccionario es porque queremos saber, aunque sea en el plano de la denotación, qué cosa quiso nombrar tal o cual signo cuando fue creado, o de acuerdo a su acepción más característica (aunque aún así hay muchas afirmaciones discutibles); pero veremos enseguida cómo su débil estabilidad puede echarse abajo rápidamente sin romper con ello el sentido, sino más bien incrementándolo.

El sentido figurado

A pesar de que pueda hacerse un estudio sistemático de lo que los signos quieren decir y de lo que significan en relación a un código, hay sin embargo dos formas de ejercer el lenguaje, según se tome a esos signos por lo que refieren literalmente o por lo que designan de un modo indirecto o figurado. Así, por ejemplo, podemos decir que la palabra 'cárcel' designa una entidad específica y más o menos por todos conocida, pero cuando la Edad Media utilizó la frase 'el cuerpo es la cárcel del alma' para generar una sentencia referida a los valores cristianos, es evidente que 'cárcel' tenía aquí un significado muy distinto. Si de nuevo consultáramos al diccionario, y ajustáramos esta frase al sentido que cárcel tiene en él, dicha sentencia estaría diciendo en realidad algo un poco incoherente. No obstante, apenas ajustamos nuestra percepción, y nos establecemos en el nivel que nos dice que esa palabra tenemos que entenderla metafóricamente, entonces la sentencia cobra un sentido lógico.

Por esta razón se pueden establecer dos formas de significación: una que asume a los signos en su significado literal, que llamaremos sentido directo, y otra que parte de que el significado funciona de forma indirecta, que llamaremos sentido figurado.

Esta dicotomía no implica poner en entredicho la semántica de los signos, sino el establecimiento de otra semántica o la ampliación de su campo de acción. Para explicar tales fenómenos la semántica tendría sin embargo que proponer un modelo bastante complejo en el cual se especificaran las reglas de estas transformaciones de sentido y las consecuencias que tienen para la estructura del código y de sus usuarios. Pero el hecho es que los sentidos figurados marcan un ámbito de asociaciones semánticas muy amplio que a pesar de su complejidad es relativamente fácil de entender por los hablantes cuando aparecen.

El sentido figurado tiene lugar generalmente cuando el significado de los signos es utilizado fuera de su sentido habitual en expresiones que consiguen gracias a ello un efecto estilístico. Esta modificación o redistribución del contenido de los signos puede entenderse como un giro de lenguaje que establece una relación no unívoca entre lo que llamamos significante y significado por lo que implica otro nivel de compresión.

Estas expresiones pueden afectar el nivel sintáctico del lenguaje o bien conjuntar campos semánticos de distinta índole, como en "el aire embarca a otros sitios"; también pueden conseguir el efecto por aglutinación: 'su presa cayó inmóvil, neutra, suspendida', o por la supresión de elementos: 'Es, mas no lo dice' (donde falta un adjetivo).

Lo característico de estas expresiones es que su lógica implica una asociación de pensamiento para ser coherente, una operación donde los semas de un signo deben interpretarse como exponentes de otro u otros (en la imaginación) o donde deben darse por entendidos los que faltan o los que sobran, lo que implica establecer un sistema de interrelaciones semánticas. Es importante reconocer que a pesar de que en el enunciado, en la expresión que se lee, se cometa una aparente impropiedad, el lector es capaz de ajustarla dándole a su interpretación un sentido adecuado, pues dichas operaciones están diseñadas para propiciar sin lugar a dudas la activación de ese ajuste. Leídas en un sentido literal, lo que expresan es bastante ilógico, pero la figura nace de la confianza de que se entenderá en otro nivel, el nivel figurado.

La retórica hizo de estas operaciones un objeto de clasificación desde el siglo I a.C., llamándolas figuras retóricas, las cuales hay que entenderlas como fórmulas dispuestas a llenarse de sentido: así como una fórmula matemática puede ajustarse a muy variadas cifras, manteniendo siempre la igualdad, la figura acepta los más diversos contenidos, pero lo que mantiene es la credibilidad y la verosimilitud. Por lo demás, estos giros de lenguaje no son extraños, sino que se encuentran también en el habla popular ('me muero de hambre', 'se le prendió el foco','hacer cola', etc.) y son expresiones que deben leerse de un modo figurado, aunque su cotidianeidad las vuelva casi normales.

Las expresiones figuradas, que un manual de retórica enseña a producir, sirven no obstante para crear sentidos nuevos, que causan una sorpresa, economizan el discurso y producen una especie de "shock semántico", y se generan para llamar la atención, para producir una impresión (a veces la de lo inusitado) y por ello son propicias para los discursos que buscan convencer o conmover. Su constitución puede variar en las distintas funciones gramaticales, como en: 'el libro es una ventana al mundo' (sustantivo), 'las pasiones duermen en la calle' (verbo) o 'el pueblo de la tierra azul' (adjetivo).

La individualización

La novedad que presupone su sorpresa proviene de que vemos expresarse una idea con signos habitualmente usados con otros fines y esto hace que se produzca también una "individualización" del estilo, un "extrañamiento" ante la expresión, que los retóricos de la antigüedad vieron como motivo de ornato y de deleite. Dicha individualización se origina porque surge un nuevo vínculo entre lo referencial y su expresión, haciendo nacer una nueva forma de aprehensión del sentido, una forma ya no habituada por todos sino por un modo particular de designación, aunque de todos modos provenga del código (solo que éste, usado en sentido directo, no produce el mismo efecto porque hace referencia a las cosas de un modo común). Este aspecto es uno de los artificios del lenguaje de que se ha valido en muchos casos la literatura precisamente porque busca una forma original de nombrar al mundo, renovando así los signos (trabajo que implica una gran competencia cultural), aunque cuando una expresión se repite o se imita muchas veces su efecto de sorpresa informativa se pierde, como pasa con los literatos que imitan modelos o las expresiones que nacen siendo originales y luego se vuelven estereotipos. Pero es valiéndose del artificio como los poetas pueden acuñar nuevos sentidos, como hizo J.J. Tablada, por ejemplo, para ironizar contra el automóvil cuando éste surgió en México, llamándolo "alcoba itinerante y sicalíptica", "saurio de alígeros afanes" o "dragón hecho por un cubista"[25], que retrataban al artefacto por sus connotaciones. En los enunciados producidos por las figuras, pues, la nueva dimensión de significación de los signos se da por el contexto semántico en que

aparecen, pues es en función de él que se interpretan de forma figurada.

Así, el efecto de estilo es explicable gracias a la transfiguración semántica, al distanciamiento con respecto a la norma , y esto se debe, por un lado, a que el universo de las significaciones no es cerrado y permite que las relaciones entre los signos y los sentidos sean muy variables (no sólo literales), y por otro, a que el desplazamiento semántico es una característica general del lenguaje que incluye la imaginación y la posibilidad constante de creación de sentidos.

Pero en tanto código la convención sigue siendo un factor primario, y por ello no es posible tampoco que cualquier construcción que transgreda las leyes del sentido directo pueda considerarse figurado, por lo cual debe existir también un hábito del discurso donde esas expresiones sean permisibles, como sucede con la tradición retórica. Lo que sí es posible, sin embargo, es que gracias a la infinita productividad del lenguaje, lo figurado tampoco tenga límites: comprendiendo sus formas de funcionamiento (que por tanto requiere también reglas) se pueden generar siempre nuevas metáforas.

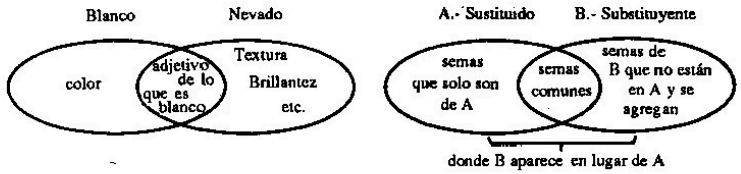
La trascendencia de la *elocutio* retórica radica precisamente en que constituyó la primera metodología para el estudio y utilización de esas reglas, y como éste fenómeno es característico y propio de los lenguajes (no sólo de la lengua, aunque nació ahí) es por ello que resulta fundamental para abordar la comunicación en general.

Las figuras

Las figuras retóricas son, pues, mecanismos o artificios de lenguaje que se plantean como fórmulas. Veamos por ejemplo la fórmula de las tres figuras más importantes: la metáfora, la sinócdoque y la metonimia. Según la tradición, la metáfora consiste en sustituir un término por otro (haciendo desaparecer al primero) dentro de un enunciado, pero donde ambos términos guardan una relación semántica común. La sustitución permite proponer un elemento aparentemente ajeno al enunciado pero que conserva cierta memoria del sustituido, por lo cual se hace coherente y gana en incremento de la expresión, pues agrega un sentido que el original no tenía.

La metáfora

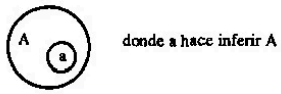
Así, podemos experimentar esta fórmula en el enunciado "El mar, blanco de espuma", donde la imagen de un mar muy blanco no se logra plenamente más que sustituyendo la palabra 'blanco' por 'nevado' y diciendo "el mar, nevado de espuma", como hizo Homero en un pasaje de su Odisea. Este enunciado es una metáfora y sólo tiene sentido en el nivel figurado (literalmente sería incoherente); ahí, la sustitución es pertinente porque 'nevado' guarda algunos rasgos (semas) que tenía la palabra original (adjetivo de algo que es blanco) pero le agrega otros tales como la textura, la brillantez, etc., de modo que el primer elemento desaparece por completo pero está latente en el sustituyente, haciendo verosímil y más expresiva a esa imagen (un mar "individualizado"), coherente por lo menos para quiénes hemos aprendido el lenguaje según la tradición occidental. Lo importante es aquí descubrir la fórmula, que puede aplicarse a muy variados enunciados para generar metáforas y que puede esquematizarse de la siguente forma:



En este caso decimos que 'nevado' gana los semas que 'blanco' de suyo no tiene, y es ello lo que enfatiza la expresión poética. La metáfora, pues, refiere una cosa por medio de otra.

La sinécdoque en cambio hace referir un todo exponiendo en el enunciado sólo una de sus partes. Aquí lo imaginado es "lo que falta", y no nace de un elemento que sustituye, sino de un decir que da por entendido lo demás mostrando sólo un aspecto, una faceta, una parte de contenido del conjunto entero (lo singular por lo plural, la parte por el todo, etc.), a través de lo cual sólo unos semas hacen inferir los restantes. Un ejemplo puede ser el clásico lema del habla popular que dice "pedir su mano", que hace inferir que por mano debe entenderse toda una persona. La sinócdoque pues tendrá un esquema así:

La metonimia

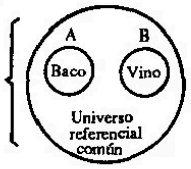


donde a hace inferir A

Mientras tanto, la metonimia se define como la sustitución de un elemento por otro, solo que a diferencia de la metáfora esta sustitución no se basa en la coposesión de semas, sino en que el sustituyente guarda una relación con el sustituído porque ambos se refieren a un mismo conjunto (comparten un campo referencial); es decir, se basa en la adjudicación de un sentido mediante otro que comparte una referencia habitual. Existe pues una relación causal que puede reconocerse en expresiones donde se refiere la causa por el efecto: "fue tocado por Baco", del efecto por la causa: "El es un buen violín" (un buen músico de violín), del continente por el contenido: "comió un plato de sopa", o por relación cultural, como en "defendió la cruz" (al cristianismo) o "compartió la corona" (el poder)[26]. Su esquema es el siguiente:

La sinécdoque

Donde A hace inferir B



Estas figuras muestran algunos principios del lenguaje figurado y existen muchas otras que permiten resultados distintos. Hay, por ejemplo, algunas que se basan en una comparación (como la antítesis) y otras que producen expresiones tales como 'pequeño, pero grandioso (concesión), 'no es que no haya, pero...' (lítote), 'son tan _____, que no pueden' (blanco); y a pesar de que estos ejemplos son comunes, las figuras, como hemos dicho, también tienen usos en la literatura: así Sor Juana dice "Era del año la estación florida" (que es a la vez un hipérbaton y una alusión) o Villaurrutia: "por mil largos caminos" (hipérbole).

Esta permutabilidad y carácter transhistórico se debe a que las figuras retóricas son un programa de efectos de sentido actualizables en diferentes contextos, y existen muchos manuales que ofrecen una clasificación de ellas. De hecho existen muchos criterios para organizarlas, pues pueden catalogarse por "el apartamiento respecto a la simplicidad, la naturaleza morfológica,

sintáctica y semántica de su mecanismo operatorio; su grado de necesidad, ya sea que responda la figura a una carencia de la lengua o a un deseo de ornato y placer; su efecto de sentido"[27] o bien puede considerarse si su funcionamiento implica una adición, una supresión, una sustitución o una permutación. Para el estudio pormenorizado de estas clasificaciones remitimos sin embargo a cualquier manual de retórica, que ofrecerá una organización completa y una definición de un gran numero de figuras, sus nombres y sus formas de uso. Por otra parte al final de este texto presentamos una selección de aquellas que consideramos mas apropiadas al lenguaje visual con una definición general y algunos ejemplos gráficos.

Por lo pronto, interesa ahora decir que las figuras constituyen mecanismos semánticos muy arraigados en la tradición occidental, y aunque convivamos con ellas cotidianamente, sus mecanismos son complejos (se vuelven mas difíciles cuando las tratamos de aplicar conscientemente) pero forman parte ya de un hábito cultural que nos permite comprenderlas cuando aparecen, lo que demuestra que la tradición del discurso retórico está presente todavía en nuestro lenguaje, y es de hecho uno de sus principales soportes.

Hay que notar además que el sentido figurado opera sobre la imaginación de quien lo lee, cuenta con el ajuste que haremos para entender sus expresiones mas allá del nivel literal. En este sentido, el lenguaje figurado se permite esas enormes libertades semánticas porque parte de que el lector se hará cargo de ello, y por otra parte permite ir a niveles mas profundos de significación, pues siempre hace entender algo más allá de lo que se dice explícitamente pero también nos acerca con ello a otras imaginaciones posibles dentro de lo imaginario. En cierto modo, las figuras son artificios que posibilitan hacer decir a los signos lo que de otro modo no podrían, y este es otro de los argumentos que hicieron que la poesía capitalizara sus usos (incrementando el nivel semántico de la lengua). Un caso muy particular es el señalado en el primer capítulo, cuando los textos bíblicos fueron interpretados de un modo figurado pensando que la palabra divina no podría expresarse mas que bajo la cobertura política porque su mensaje sería inaccesible de otro modo. En este caso, la lectura bíblica podrá sumirse en efecto como expresión figurada de un código superior, aunque daba pie por supuesto a muy variadas versiones debido a que ese texto podía también significar desde ese punto de vista muchas cosas, pues lo figurado también llega a ser polisímico.

Para los retóricos, y especialmente para los teóricos de la persuación, el lenguaje figurado resulta también un instrumento indispensable (no en vano proviene de ellos la retórica) pues además de que sirve para ornamentar el discurso, hace fluir la argumentación (permite un ahorro de signos), otorga un placer a quien lo escucha (pues se siente copartícipe del sentido, como si fuera él quien operó el mecanismo, aunque haya sido diseñado con intenciones precisas) y además hace posible referirse indirectamente a las cosas (por ejemplo lo que no conviene o no está permitido decir explícitamente y es mejor "sublimarlo").

La publicidad

En su estudio sobre la retórica de la imágen publicitaria (que está dentro del discurso persuasivo y se distingue justamente por sublimar aquello a lo que se refiere) Jaques Durand discutía aún este fenómeno preguntándose lo siguiente:

"¿qué hay en la proposición figurada que no hay en la proposición simple? ¿qué es lo que, en la proposición figurada, advierte el oyente que no debe tomarse en sentido literal? Y si el oyente restituye la proposición simple, ¿qué recibió que no hubiera recibido si esta proposición simple hubiera sido pronunciada sola? Si se quiere hacer oir una cosa ¿por qué se dice otra?"[28]. En referencia a estas cuestiones, se puede decir que lo que aporta la expresión figurada que no tiene la simple es una connotación (incluso se ha visto a las figuras como el conjunto de los significantes de la connotación). Además este artificio hace del discurso una entidad que agrega un plus de significación, superior al de lo explícito, que le permite semantizar espacios que están más allá de la enunciación, y esto produce un placer tanto por la forma (el estilo, el ornato) como por el desplazamiento símico (que moviliza el pensamiento).

Un discurso produce placer si aparece completo, organizado, si nos dá ocasión de realizar transmutaciones de sentido y nos lleva a redescubrir los signos mirándolos funcionar en contextos que les parecían improbables, pues de alguna forma exploramos así las posibilidades de nuestro propio código. A quien busca persuadir le interesa producir este efecto entre sus interlocutores, pero ya vimos que su aplicación literaria también aprovecha lo figurado con fines estéticos. En última instancia, como cita Barthes, "el pensamiento supera ampliamente al lenguaje" pues "una de las mayores bellezas de un discurso reside en su plenitud de sentido y en su capacidad de dar a la mente la ocasión de elaborar un pensamiento más extenso que su expresión"[29].

De cualquier forma, las figuras retóricas han sido tratadas teóricamente como desviaciones, como transgresiones a la norma del código. Esta tesis de la figura como 'desvío', sin embargo, no explica su funcionamiento ni aclara por qué y cómo nos produce un placer, en cambio mantiene al sentido literal como más "correcto", considerándolo reglamentario y normal para caracterizar a la figura como infracción de lo instituido (pero las figuras descansan también sobre cierta lógica). A pesar de ello, la retórica sostendrá que tales figuras poseen reglas propias e incluso forman parte de la naturaleza del código y de hecho las figuras son mecanismos suficientemente esterotipados como para organizarse en manuales y vertirse sobre múltiples discursos, lo que significa que ellas mismas son también una institución.

Lo que genera confusión es que dichos artificios pueden servir para abrir semánticamente a los signos, y por eso parecen más desestructuradores que instituidoras, sólo que no podemos olvidar que en el discurso occidental ese es precisamente el mecanismo: su imaginación puede parecer ilimitada, pero los códigos que hay para imaginar y expresarse son unos muy precisos, y entonces tendríamos que hablar de una imaginación controlada, por lo menos de un programa para imaginar, que es justamente una forma de caracterizar a la retórica. Esto nos revela la importancia señalada inicialmente acerca de la compresión de un orden (institución) del discurso. Pero, por otra parte, tales consideraciones no quitan valor al sentido figurado, que de todas maneras ha sido considerado por otros autores como un fenómeno propio del lenguaje humano y no sólo de la retórica. En este sentido el programa sólo sistematiza y organiza sus principios generales y los pone a disposición del usuario (que por lo general, como vimos, pertenece al sector de los que saben hablar) pues la retórica es justamente eso, "una máquina sutilmente armada, un árbol de operaciones, un programa destinado a producir el discurso"[30], y si las figuras

aparecen sin embargo con una forma siempre novedosa es porque el programa retórico busca precisamente formar un método para ser original.

Para nuestra mentalidad la existencia de un programa que nos dice cómo ser novedosos puede parecer contradictorio, pero recordemos que desde la Antigüedad esta inocencia respecto al lenguaje había sido ya superada: siguiendo las reglas el espectador experimentará el discurso como algo espontáneo, y en ello reside su poder respecto a la psicología del público que tiene ya programada.

Considerados estos aspectos, es justo decir que, a pesar de todo, lo figurado sigue siendo un instrumento de creación de sentido que puede generar entidades antes no imaginadas, un fenómeno productor de significación y un artificio legítimo de la comunicación. Sólo que lo que se entienda por imaginación o creación no depende de nuestra capacidad de desprendernos de lo que existe, sino de comprenderlo mejor y manejar sus reglas, como sucede con la poesía.

Esta formulación parte de considerar entonces a las figuras como parte de una tradición cultural con la que hemos aprendido mecanismos de expresión, y ello explica también la existencia de muchas figuras en el habla popular, las cuales, si se estudiaran a fondo, demostrarán haber sido prefiguradas ya por los textos retóricos antiguos que es de donde quizá provienen en realidad.

La retórica de la imagen

El sentido figurado es, en síntesis, ese lenguaje que se mantiene más sobre lo latente que sobre lo existente, transfigurando el sentido directo para producir nuevas significaciones y para conducir nuestra imaginación hacia lo no dicho pero que también forma parte del sentido. Es sustento de un mensaje connotador que hace del discurso un objeto que da a entender muchas más cosas de las que contiene explícitamente.

El nivel figurado a lo largo de la tradición retórica ha sido empleado con diversos fines según los proyectos culturales esbozados en la primera parte: en la oratoria, en la ficción, en la religión, etc., y también ha sido aprovechado por distintos géneros: el discurso forense, el judicial, el poético (y en general el literario). Los siglos de tradición en que la retórica ha sido soporte de estos discursos han formado así un sistema de producción textual que constituye parte del patrimonio cultural de Occidente, de modo que se ha incorporado ya a sus formas de pensamiento y de expresión en todos los ámbitos donde el lenguaje ejerce una estrategia de comunicación: es un hábito incorporado. No es gratuito que cuando nace un nuevo sistema de comunicación, que requiere de un método, la tradición retórica aparezca también como soporte para formular su lenguaje. Esto sucede con el nuevo tipo de mensajes que se establecen a partir de la Revolución Industrial: la prensa, los nuevos géneros literarios, la fotografía, el cine, la televisión, etc. De hecho, la cultura de masas es heredera en muchos aspectos de esta tradición. Uno de los mensajes que está dentro de esta línea es la publicidad, y en términos generales el diseño irá también adquiriendo su lenguaje a partir de la incorporación de muchos elementos de ese orden discursivo, pues es ante todo una disciplina que se propone comunicar públicamente y desde luego no son ajenas a ella las estrategias de la persuación. No debe sorprender entonces que los mecanismos retóricos reaparezcan en ese campo (y en la imagen en particular), pues en

La retórica moderna

realidad están latentes en los hábitos de la cultura popular como modelos arquetópicos.

En la publicidad el sentido figurado ha servido para apelar a los deseos y sentimientos del público, para implicarlo en el mensaje y atribuir a sus productos cualidades fantásticas e imaginarias que retribuyen un placer. Por todos conocido es su capital semántico (virilidad, poder, lujo, erotismo, comodidad, etc.) pero sus estrategias persuasivas pertenecen en muchos casos al modelo retórico, del cual son deudores (y más aún, tendríamos que plantear que la publicidad es la continuidad de la tradición). Con la publicidad la cultura de masas ha capitalizado esos recursos dándoles además una dimensión altamente tecnológica pues es un mensaje que requiere "librarse de argumentaciones" y "hurgar en el inconsciente" para "referirse, diciéndolo o sin decirlo, a deseos prohibidos como el orgullo, el erotismo, las ansias de promoción social"[31], aspectos en los que las figuras han colaborado con sus estrategias de significación.

La persuación

A partir de la ubicación del modelo retórico, la crítica de la comunicación de masas ha encontrado en este nivel del discurso un recurso con el que se explica cómo la publicidad se permite superar "las exigencias de orden lógico y racional que la sociedad impone al lenguaje" y "traducir los deseos y sentimientos latentes en el público"[32]. En este sentido, se considera a los mensajes como artificios dotados de una enorme potencialidad psicológica para la persuación gracias a su construcción textual que le permite acceder al "universo libidinal de los deseos (o temores ocultos) del consumidor"[33]. En razón de tal argumento se puede explicar en parte el éxito del mensaje publicitario, que se ha mirado también como un texto característico de nuestra sociedad actual, como un sistema que expone valores culturales vigentes (no necesariamente reconocidos) y que en el futuro servirá para conocer las motivaciones de nuestra etapa histórica (así como también se considera como uno de los mensajes más desarrollados no por su contenido, que es bastante trillado, sino por su técnica discursiva), pues su construcción depende de la organización semántica de los deseos que efectivamente aparecen en la psicología colectiva. Incluso habría que plantear que la publicidad, y en general la comunicación de masas, no va por delante de la imaginación social, sino sólo se atreve a registrar lo ya efectuado: no son tan vanguardistas como parecen.

Así, la tesis que sostiene a la comunicación publicitaria como enajenante (es decir, como dosis de sueños imaginarios y falsos que producen unos cuantos para seducir a las mayorías) puede explicar la constitución altamente ideológica y mercantilista de sus mensajes, pero no aclara el hecho fundamental de que esos sentimientos que difunde no tendrán éxito si no existiera a su vez una demanda específica del mercado y del público respecto a ellos. Por otro lado, la estructura psíquica del individuo no es ajena a la colectiva, y lo que se ha llamado subconciente es algo que posee una organización también en el lenguaje, de modo que el modelo que se propone explicar a la publicidad por ese difícil artificio que se conoce por "seducción subliminal" -que incluso se ha puesto de moda aunque sus mecanismos sólo se aprecien teórica e hipotéticamente- olvida que el texto publicitario puede seducir efectivamente sin necesidad de acudir a ese subterfugio, al poder referirse al universo latente de deseos mediante la técnica de lo figurado.

Sin embargo, uno de los fines de este texto ha sido demostrar que si bien el lenguaje retórico se encuentra muy desarrollado en este terreno, ello no

significa que le sea exclusivo, sino que forma parte de los códigos discursivos occidentales en general, por lo cual es también pertinente a otros ámbitos del diseño no publicitarios. Se trata más bien de un conjunto de construcciones semánticas muy específicos y con fundamentos teóricos vinculados al problema del estilo y de la economía discursiva de la comunicación en toda su amplitud.

La imagen

Y esto es particularmente importante porque con ello llegamos a la imagen, que se propone aquí como un sistema de comunicación analizable bajo la óptica del lenguaje y como objeto de la retórica a partir, sobre todo, de la profesionalización del diseño.

Sería difícil repetir aquí la vieja discusión de la semiología acerca de si la imagen debe considerarse un lenguaje o no, (nos referimos al problema del iconismo, que planteaba que las imágenes no son convencionales como las palabras con respecto a lo que designan, sino que hay una motivación, un parecido entre ambas, lo que implicaría que no existen signos visuales, etc.), pero, a reserva de que alguien quiera revisar esta discusión -por lo demás necesaria para una semiología visual- podemos considerar a la imagen como un lenguaje que requiere códigos, produce significación y tiene una semántica y una retórica propias.

Al recordar el conjunto de artificios organizados por las figuras en mensajes compuestos con imágenes, la retórica se incorporó a nuestra cultura gráfica manteniendo no obstante su estructura, pues estaba ya antes formulada en nuestra cultura general. Esto hace pensar que la figuras se refieren más a un modo de organizar el pensamiento (abstractas) que a un conjunto de entidades lingüísticas, lo que demuestra que hay un sistema de significación subyacente en el discurso y más general que la lengua puesto que puede manifestarse en diversos lenguajes (tal como previó el proyecto semiológico). Pero su desarrollo no se da sino con la práctica lingüística, por lo que no se puede decir que el tránsito de estos esquemas sea primero teórico y después práctico, siguiendo esta secuencia:

Fórmula semántica — lengua — imagen

sino, apreciándolo históricamente, le correspondería más bien un orden así:

Lengua — Fórmula semántica — imagen

Aunque ya dentro de un modelo teórico, y considerando a la estructura del sentido como un objeto de estudio específico, es decir, independientemente de su manifestación práctica, tendríamos que sostener la organización del siguiente modo

Fórmula semántica ⟨ lengua / imagen

Para comprender el funcionamiento de las figuras es necesario pues mantener en primera instancia la fórmula en sí, en su dimensión abstracta, de un modo que nos permita reconocerlas tanto en su formulación lingüística como visual: éste es el aspecto fundamental, ya que sólo en ese plano es apreciable su sistema de organización semántica. Este hecho, por otro lado, aclara finalmente por qué decimos que hay una relación estrecha entre el aprender a

comunicar verbal y visualmente; aunque sus sistemas de expresión sean diferentes, sus estructuras de significación tienen campos comunes.

Las figuras visuales

Tenemos que plantear también, no obstante, que el efecto que producen las figuras en la imagen cobra a pesar de esa estructura común otras dimensiones dentro de lo visual, pues implican otro sistema perceptivo, otros recursos ficcionales y otra sustancia expresiva. Jacques Durand señala al respecto que "en la imagen, las normas en cuestión se refieren sobre todo a la realidad física (...); la imágen retorizada, en su lectura inmediata, se emparenta con lo fantástico, el sueño, las alucinaciones: la metáfora se convierte en metamorfosis, la repetición en desdoblamiento, la hipérbole en gigantismo, la elipsis en levitación, etc."[34].

El extrañamiento y placer que producen las figuras en su manifestación gráfica es entonces de otra índole, lo mismo que sus resultados persuasivos. Si se comportan como visiones fantásticas es en parte porque nuestra manera de ver las imágenes difiere de la que acostumbramos respecto a las palabras. En tanto que visiones, aparecen como aseveraciones más que como proposiciones, pues para nuestra cultura lo que se dice con palabras parece más sujeto a la comprobación mientras que la imagen goza de otro tipo de credibilidad, pues para el sentido común sus aseveraciones no se mueven en el plano de lo posible sino que se emparentan con lo ya efectuado (por lo menos en la imaginación) ya que no es algo que "nos cuentan" sino que nos lo "hacen ver". Pareciera por ello que el efecto no se induce sino que "se muestra", y tal resultado es origen de la gran confianza que tenemos en nuestra vista a diferencia de la palabra (es sintomático, en este sentido, el refrán que afirma que hay que "ver para creer") lo que hace en efecto de la imágen un lenguaje muy apropiado para la persuación (que consiste en hacer creer) y más aún si pensamos que un texto visual puede formularse para una lectura mucho más rápida que con la palabra.

Esta confianza en "lo visto" se acrecienta aún más como problema si la figura se plantea en un mensaje fotográfico, ya que es la imagen socialmente más admitida como objetiva y se piensa que no puede mentir. En este punto el análisis de la retórica de la imagen, desde sus inicios, se ha topado con la paradoja que dicha situación plantea, ya que la comunicación visual parece ser para el sentido común algo que no tiene que ver con el lenguaje, aunque la semiología ha empleado muchos esfuerzos para demostrar lo contrario.

Barthes

El texto clásico a este respecto, y con el cual se inicia toda reflexión sobre el tema, es la *Retórica de la Imagen* [35], en el cual Roland Barthes enfrenta un mensaje publicitario retorizado para discernir el problema (partiendo de que la publicidad es el mensaje más intencional y el que mejor ha capitalizado esta paradoja). Pensando en la imagen, no obstante, como un lenguaje, Barthes halla en el mensaje una serie de signos y de sentidos que demuestran la recuperación de la técnica retórica en la expresión visual, advirtiendo, sin embargo, que por ser visual ese anuncio aparenta no ser un hecho de lenguaje (es fotográfico - que parece ser un lenguaje "objetivo"- y por lo tanto se asimila a la paradoja del "mensaje sin código") lo cual lo lleva a decir que esta circunstancia sirve para naturalizar el artificio, para darle a lo connotado una apariencia de denotación.

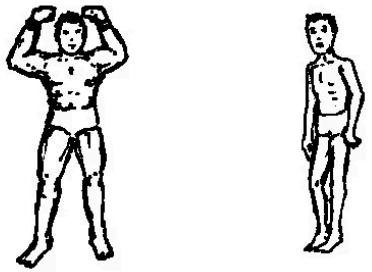
Así, Barthes termina diciendo que entonces la retórica no es otra cosa que la parte significante de la ideología (cuyo trabajo radica justamente en buscar dar al interés de unos la apariencia de naturalidad, como si fueran intereses de todos) y por esta vía su lectura del texto demuestra -en efecto- la existencia de códigos que significan valores culturales precisos de la sociedad en que ese mensaje fue publicado.

A partir de ese momento, la retórica fue reconocida en la imagen y pronto se incorporaron otros aspectos del lenguaje para su análisis, como es la identificación de distintos narradores (en primera, segunda y tercera persona) o el tipo de predicados o enunciados implicativos con el que la imagen establece una estrategia entre el contenido, el mensaje y el receptor. Para ello Georges Peninou, quien desarrolló este estudio, partió ya del reconocimiento del orden del discurso en la expresión gráfica.

La referencia

De un modo sin embargo genérico, cabe decir que las figuras en la imagen tienen que leerse como textos que producen una cierta organización y un cierto efecto en base a la aplicación de los elementos que postulan sus fórmulas. La figura propone además por lo regular un trabajo con cantidades cuyos referentes produzcan nítidamente el subsentido, y su aplicación visual lleva casi siempre a formular las proposiciones haciendo las permutaciones correspondientes con signos visuales casi siempre referenciales (es decir, con imágenes figurativas, que designan entidades reconocibles miméticamente, de modo que el juego se establece entre las relaciones de los sentidos designados y no necesariamente entre las formas). Para explicar mejor este problema, de gran complejidad, podemos poner un ejemplo sencillo: si la figura retórica llamada oxímoron propone oponer dos elementos contrarios (cualitativamente) para llamar la atención sobre sus diferencias, e invitar al lector a la comparación y la elección conveniente, ello puede explicar por ejemplo el enunciado 'los fuertes vencen; los débiles piensan', pero sería discutible graficamente si la proposición se plantea con figuras abstractas:

Si bien estas figuras, en un nivel estrictamente perceptivo, se oponen como conjuntos antagónicos, no llegan a constituir un oxímoron, podríamos que ello no sucede por lo menos porque no persuaden de nada. Este tipo de cuestiones sería un caso más para una teoría como la de Gestalt que para la retórica, aunque de cualquier forma hay un principio de significación ya esbozado y quizá haya que remitirse hasta allí para explicar los mecanismos de esta fórmula. En cambio, la figura resulta menos discutible si se plantea gráficamente por ejemplo con la siguiente imagen, claramente denotativa:

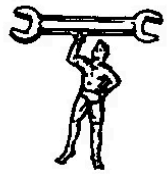


y cuya clarificación se debe a que la oposición se plantea ya con elementos claramente referenciales aunque sean estereotipados y muy convencionales.

De cualquier manera, podemos insistir en las primeras y construir, por ejemplo, un oxímoron en los siguientes términos :

que no obstante se hace explícito porque responde a otra convención, la del cómic, que nos hace ver a esas figuras como representantes del pensamiento, incluyendo la moraleja cultural que dice que el pensamiento irregular es más triste que el de claros perfiles.
De la misma forma, sería difícil afirmar que esta imágen es una hipérbole (exageración del sentido):

porque carecemos de parámetro, pero lo es claramente si se plantea agigantando el objeto por su asociación con otra imagen:



por lo cual tampoco basta que la imágen sea referencial sino que requiere de un contexto visual, que puede a veces apoyarse por un enunciado verbal.

Las metáforas, a su vez, serían casi impensables fuera de lo referencial, pues esta figura implica tener conciencia de la sustitución de un signo por otro en relación a lo que designan, como en:

Planteadas en estos niveles las figuras pueden entenderse más o menos genéricamente atendiendo a la pura formulación de su artificio. Y con este criterio es que proponemos al final de este texto una definición de aquellas que hemos seleccionado seguidas de algunos ejemplos visuales. Si su encillez es planteada en estos términos es porque interesa abordar sobre todo el mecanismo semántico en sí mismo y no inscribirlo aún en mensaje particularmente dirigido.

Por esta razón, también, incorporamos varios tipos de ilustración de figuras, incluidos algunos mensajes publicitarios o tomados de carteles, intentando visualizar el funcionamiento de la fórmula a través de varios contextos para demostrar su permutabilidad. En ellas interesa, pues, observar más el mecanismo que el mensaje, con lo cual finalizará esta reflexión dejando expresarse al lenguaje visual mismo.

Solo resta apreciar, finalmente, que si bien estos artificios se pueden estudiar de forma autónoma, y recordando los argumentos iniciales de este

trabajo, el recurso retórico debe apreciarse como una unidad compleja que implica otros aspectos de formulación del discurso y del cual la Elocutio y las figuras son sólo una parte.

Así pues, es necesario hablar aunque sea brevemente de un mensaje retórico-visual en su conjunto para insertar el nivel figurado en la concepción más general de la persuación. Veamos entonces el funcionamiento de este mecanismo, solo que a la luz ahora de todo lo anterior.

Dinámica del entimema

A propósito de la construcción de un mensaje persuasivo, vimos como el método retórico partía de la investigación de las motivaciones públicas y de la traza de distintas variables del discurso dispuestas en un cierto orden para convencer y conmover. El resultado necesita ser en cierto modo regocijante, nítido, cabal. Un espectador reacciona muy distinto ante una argumentación abigarrada o monótona. Frente a una exposición clara y contundente, experimenta en cambio un placer, hecho que sólo tiene éxito si el discurso demuestra poseer una plenitud de sentido y un estilo peculiar. Se ha insistido ya desde la discusión platónica en que este aspecto lúdico del discurso tiene que ver poco con la veracidad filosófica o con la exactitud lógica. Así, sea cual fuere el argumento que se intenta demostrar, es decir, aparte de que sea falso o verdadero, la exposición exige ser presentada de forma convincente: a cambio de la pérdida de veracidad "científica" ofrece lo verosímil; si no puede demostrar lo que asevera puede en cambio convertir al discurso en un espectáculo.

Lógica

Los elementos que se ponen en juego para este efecto, como ya se señaló, son objeto de organización de la retórica: el estudió del público, la Tópica y los lugares comunes (ideas generalmente aceptadas), las partes en que se distribuyen los argumentos, el uso de figuras, etc. Pero un hecho de considerable importancia es que si bien las ideas de que se quiere persuadir no necesitan ser demostradas, tampoco se puede dejar de sustentarlas con algún razonamiento que parezca correcto, pues el público no aceptaría una contradicción que es visible a todas luces; en este sentido hay que darles una composición que, aunque no sea lógica, simule por lo menos que sí lo es.

De este modo llegamos al entimema, que es un artificio que estudia la Inventio y cuyo aporte consiste precisamente en otorgar una apariencia de razonamiento lógico a los enunciados que no cumplen las condiciones para serlo, pero que coopera enormemente a la persuación y al espectáculo. Podemos retomarlo aquí en relación a un mensaje.

El entimema es el razonamiento que toma sus premisas no de la filosofía sino de la opinión pública, de modo que las conclusiones a las que llega son pocos sustentables pero sí muy creíbles, o por lo menos conmovedoras. Su virtud radica no obstante en que adopta la máscara de la lógica para presentarse a su vez como irrefutable. En este aspecto se asimila a la estructura de un silogismo, sólo que sus premisas nacen de las expectativas colectivas y no de la búsqueda de verdad. Dicho fenómeno es explicable porque mientras la filosofía se mantiene sobre la búsqueda de lo que *debe ser*, los deseos y aspiraciones públicas se encaminan a otro lado, y el entimema sirve para darles la razón, de una forma mucho más divertida que la solemnidad de la ciencia.

Así, un silogismo puede ser construído con dos premisas y una conclusión lógicas, del modo: 'Si A y B entonces C' . Pero el entimema, que puede

El silogismo

verse como una variante de silogismo, introduce veladamente en la premisa menor (B) un argumento que contradice a la primera (A) buscando contagiar al público sobre su mayor peso hasta convertirla en premisa mayor y estableciendo una disyuntiva que provoca, conmueve, y termina por convencer, obligando a tomar el camino que produce placer sin sentir culpa por haber abandonado la buena razón lógica. Este mecanismo opera por ejemplo en el siguiente planteamiento:

Premisa A.- El alcohol es dañino

Premisa B.- El alcohol me produce una agradable sensación.

Confiando en que para la generalidad del público la premisa B se convertirá en mayor. El entimema es visto pues con mucho recelo por la lógica, pues es en realidad "pseudo-lógico", aunque sus posibilidades no tienen para la persuación nada inconveniente.

El entimema, de ese modo, produce el razonamiento por contagio (Barthes), halaga la vanidad y es más seductor que la lógica. Además se plantea implícitamente, dando la oportunidad al público de completarlo, aunque contando con las concesiones que le otorgará. Sus premisas son compartidas por el público receptor, quien las obtiene por experiencias propias y ajenas que son transmitidas por convenciones de la sociedad y con las que está generalmente de acuerdo, volviéndose por ello aceptable y verosímil. El entimema, en síntesis, no demuestra, sino persuade, y admite incluso contrarios, porque confía en su planteamiento y cuenta con las ventajas que le da ser un artificio que conmueve y apela a nuestra simpatía.

El anuncio

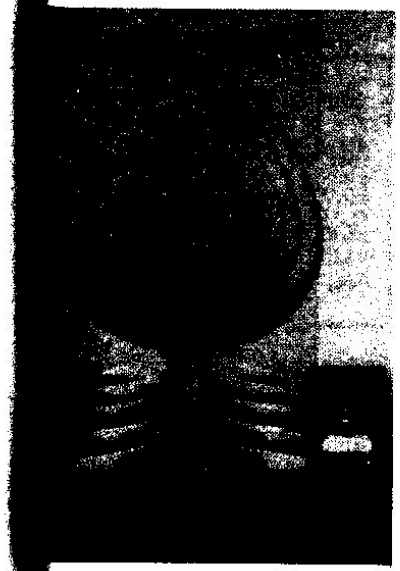
Dispuesto en un mensaje, y organizado también como un lenguaje figurado para su exposición, el entimema puede propiciar la persuación demostrando cosas que de otro modo serían insostenibles. Así, podemos observar el anuncio de la página siguiente como un mensaje que se plantea como un razonamiento entimemático y que utiliza además uno de los lugares comunes más claros como es el refrán para persuadir. Ahí, el producto que se anuncia es formulado justamente a partir de sus debilidades, de un modo tal que si seguimos su razonamiento lo imperfecto demuestra ser en realidad una cualidad de lo perfecto, conclusión que desde un punto de vista lógico sería improbable. El refrán es además una verdad compartida, aceptada por todos en los casos en que buscamos un consuelo ante lo inevitable de las imperfecciones.

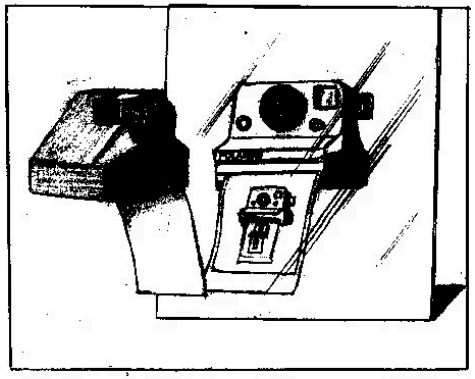
Como verdad estereotipada, sin embargo, "nadie es perfecto" se refiere a cualquier persona, pero aplicado a una máquina convierte el artefacto en una entidad humanizada, atributo con el cual busca hacer simpático al producto. No es sino por artificio retórico que se explica por qué mientras más se subraya esa debilidad más carismático se vuelve el mensaje, que en éste como en otros casos se presenta con un estilo propio (una constante promoción basada en sus debilidades) y con una afirmación confiada en sus argumentos. El producto aquí citado no tenía en retórica más que esta salida, pues en el inventario de figuras existe también una que se presenta como apropiada justamente para esos casos, es decir, para aquellos en los que cuando se trata de persuadir sobre algo que puede acarrear muchas refutaciones, lo mejor es empezar por concederlas y referirlas antes que los otros. En este caso, y como en muchos de los anuncios

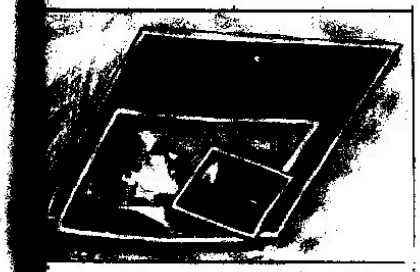
de esta marca, se trata precisamente de eso, de exaltar un objeto que tiene muchas desventajas ante sus competidores, pues es el automóvil más pequeño, menos lujoso, el más convencional y barato. En otros casos, lo que se promueve es la ornamentación, la espaciocidad, el lujo, la potencia, pero si éste hubiera sido afirmado en base a otros criterios llevaría las de perder. Así, la marca siempre empieza por conceder, exaltándolas incluso, las refutaciones posibles, y después, basándose en ellas mismas, encuentra los argumentos necesarios para demostrar su superioridad, en una curiosa formulación del razonamiento entimemático que consigue, a contracorriente, demostrar (por contagio y seducción) que lo imperfecto puede ser mejor que lo perfecto. Esta figura retórica se llama concesión y se formula como sigue: "figura de pensamiento que consiste en aparentar de manera provisional una objeción posible o un argumento desfavorable para la propia causa o el propio razonamiento , para que, al rebatirlo enseguida, el rechazo sea más categórico y definitivo, o bien para que el emisor demuestre cuán seguro está de lo que dice y cuán verdadero, inatacable o eficaz resulta su propia argumentación [...] constituye una confesión simuladamente abierta y sincera, que es una estrategia para ganarse la simpatía del receptor"[36], palabras que retratan muy de cerca la intención del anuncio y en cuyos mensajes complementarios siempre se anteponen y hasta se exaltan en primer plano todas las objeciones posibles que pueden hacerse a su producto. Tal como dice la figura, parten de conceder esas desventajas para rechazarlas después con lujo categórico logrando así incluso provocar la simpatía. Este mensaje, como otros (su fórmula es característica), busca hacer amable el artefacto, casi un amigo, y no hay mejor forma de halagar al público con este argumento que convenciéndolo de que si no puede comprarse uno más grande y poderoso, ello en realidad le trae ciertas ventajas sobre las clases que sí pueden, lo cual no los exime de envidiarlos pero los consuela con el "nadie es perfecto", que se convierte aquí hasta en una virtud.

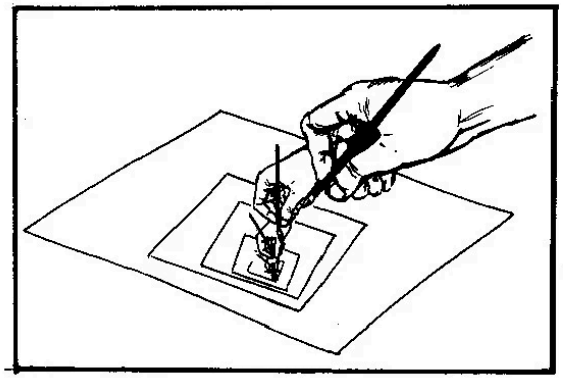
El lector, pues, debe observar que para persuadir no necesariamente se requieren ponderar o adjetivar positivamente las entidades de que se trata convencer, sino que la retórica ofrece muchas otras variables para este efecto (y no se diga si hay fórmulas para los que sí tienen ventajas para desarmar al contrario). Así, proponemos ahora una selección de algunas figuras donde se advierten ciertas formas de construcción de sentido y su formulación gráfica. En tanto qué fórmulas, interesa básicamente reconocer en cada caso una estrategia de sentido particular, así, sin inscribirlas ya a un contexto mayor: los apuntes para una retórica visual.

Construcción donde una idea, imagen o acción aparece dentro de otra que la cita dentro de ella. Así, los personajes de una historia relatada "toman a su cargo la narración de otra historia, ocurrida en otro espacio, en otro tiempo, y quizá con otros protagonistas [...] de este modo, los participantes del proceso del enunciado actúan simultáneamente como participantes de un nuevo proceso de enunciación". El lector se abisma sobre la imagen al proyectarse sobre diferentes planos espaciales superpuestos en una sola expresión, como cuando "el pintor se pinta a sí mismo en trance de pintarse, viendo su imágen reflejada en el espejo [...] o cuando la botella de vino exhibe su propia fotografía sobre su etiqueta, y sobre la etiqueta de la botella de la fotografía, y así sucesivamente"[37].



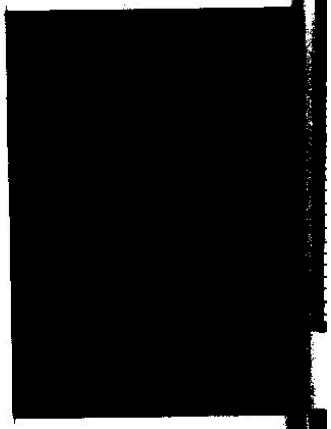


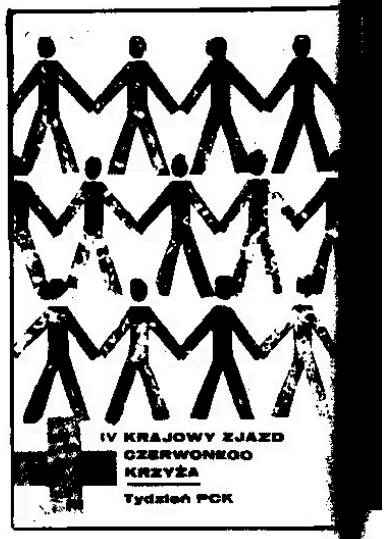




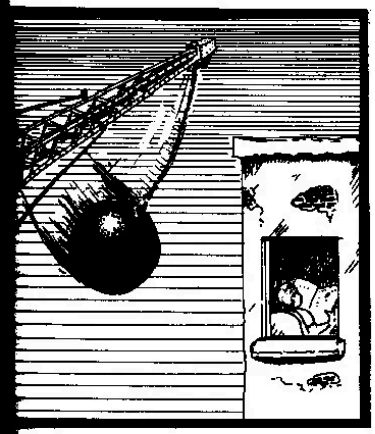
Expresión que consiste en sumar una gama de elementos correlativos o similares para producir un efecto de amplificación "ya sea por su forma, por su significado o por su función, en un procedimiento de adición acumulativa"[38].

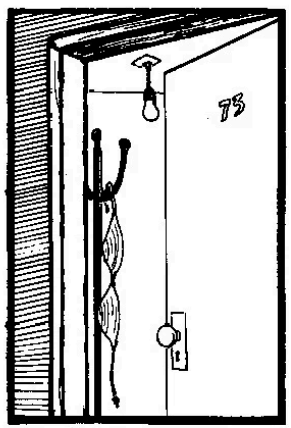
En las palabras, la acumulación puede darse por la suma de adjetivos de una palabra, y en la imagen por la reunión progresiva de formas o sentidos que reiteran con distintos signos el significado de una cualidad, una figura, una idea, etc. La acumulación parte de que la significación se incrementa al mostrar con diversos calificativos una cualidad, y puede tener un orden ascendente o descendente, según sea su dirección, hasta lograr un clímax semántico. Puede entenderse como una de sus variantes a la repetición, que propone una acumulación de imágenes no diferentes entre sí sino iguales, es decir repeticiones que reiteran un significado.

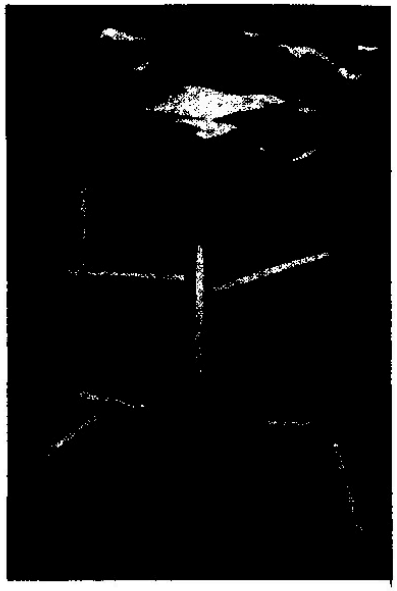




Modo en que se refiere indirectamente una idea por medio de otra. Implica la pronunciación de un enunciado que en realidad refiere algo no explícito pero que se entiende de todas maneras porque la figura así lo propicia a partir de un contexto que hace inferir objetos o ideas que están latentes en el entorno cultural. Su efecto tiene lugar porque confía en que lo dicho sugiere sin lugar a dudas otra cosa, y se utiliza generalmente cuando es inconveniente enunciar algo y es mejor darlo a entender, dando oportunidad de completar esa sugerencia.

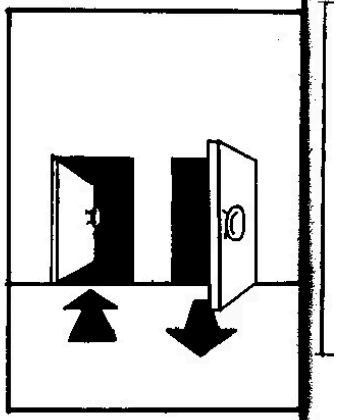


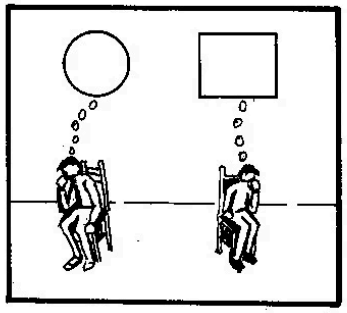


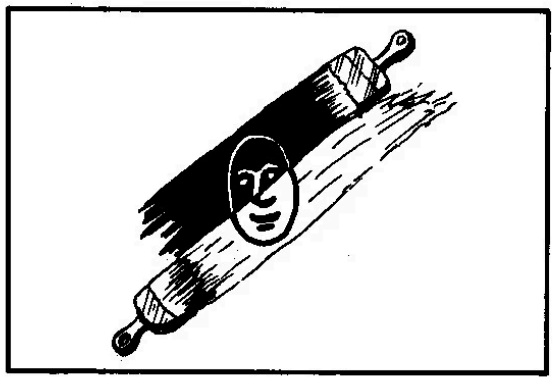


Consiste en contraponer unas ideas a otras (que pueden ser cualidades, objetos, afectos o situaciones)"[39] quegeneralmente poseen rasgos semánticos comunes pero que no llegan a ofrecer contradicción (como sucede con el oxímoron) ni se comparan entre sí (como la comparación), sino que sólo se hace hincapié en su diferencia para producir el efecto del contraste entre ambos, dando ocasión al receptor de apreciar sus perfiles antitéticos. En este sentido, los objetos, imágenes e ideas proponen una tesis y la enfrentan con su antítesis, recordando la presencia de lo que es opuesto.

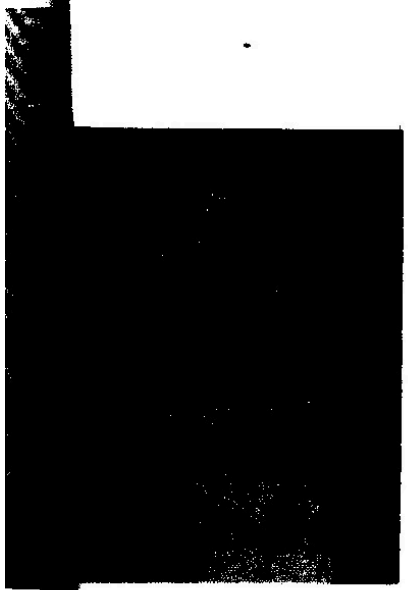
5º ENCUENTRO:"RAZAS UNIDAS"





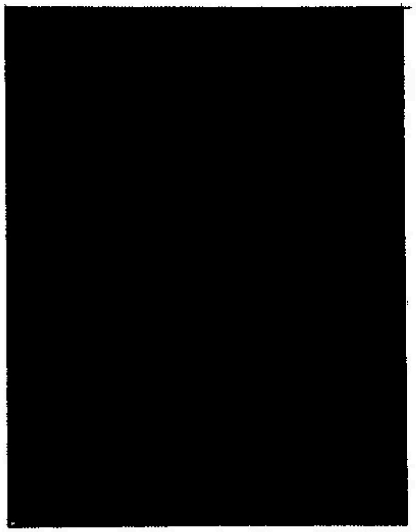


Consiste en dejar un espacio vacío en el texto para que en él la imaginación proyecte lo que falta, es decir, simboliza una supresión y da el efecto de que falta algo que el receptor tiene "libertad" de descubrir qué es. En esta figura la interrupción es marcada por el contexto, y motiva la producción de un significado que carece de significante, resultado que se produce al dejar en blanco el espacio que le correspondía rodeado de los elementos adyacentes que hacen inferirlo. Es pues una expresión que da ocasión al receptor de participar activamente en la constitución del sentido.



Consiste en subrayar una idea o concepto por su relación con uno que es comparable, analógico o semejante con respecto al que se afirma. Como la antítesis, puede enunciar la presencia de los contrarios pero suscitando en el receptor la necesidad de compararlos, o bien se utiliza cuando no es posible referir la cualidad de algo más que ejemplificándola con otra cosa portadora de esa cualidad, como cuando decimos "el mar es como un vidrio estrellado". Es decir, hace connotar una idea por su comparación con otra.

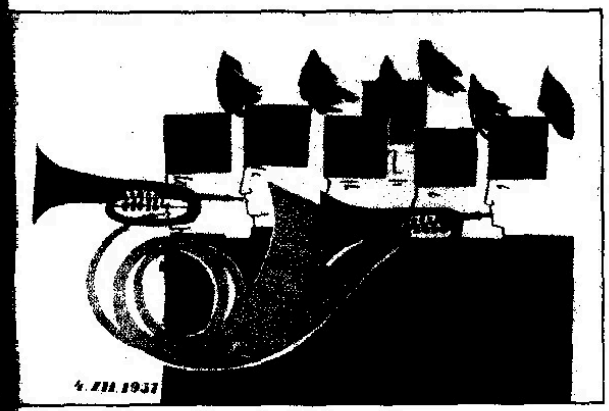
Figura donde se aparenta un argumento contrario como objeción al propio, para después rechazarlo categóricamente y conseguir así la simpatía del receptor. Casi siempre aparece como una confesión modesta (en la que intervienen tanto el texto lingüístico como el visual) que en realidad tiene como fin producir una pasión a favor del emisor, cuando éste "reconoce" sus debilidades o minimiza sus cualidades convirtiendo así los argumentos contrarios en favorables para la propia causa. Es por ello una forma de convencer dando sin embargo "concesiones" al contrario, como cuando se dice "la competencia es buena, nosotros somos mejores". Una de us variantes es la conciliación que consiste en aprovechar el argumento contrario en favor del propio. Es decir, la objeción posible no se concede sino que cambia de signo y de ser opuesta pasa a ser favorable. Consiste pues en saber plantear lo que es una causa contraria de tal manera que parezca que en realidad es todo lo contrario, como si decimos "sus fallas son sus mejores virtudes".

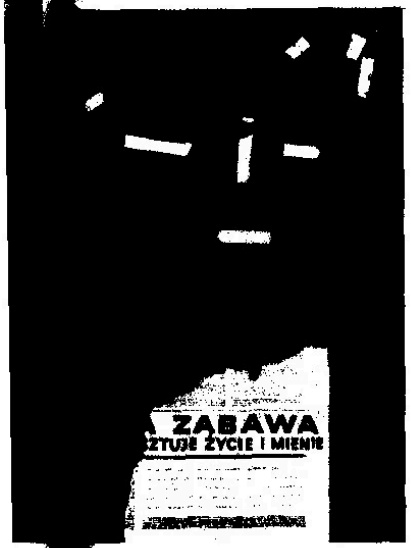


Expresión figurada que puede interpretarse en dos sentidos distintos y simultáneos, con signos que propician la ambivalencia, dada su formulación que permite significaciones que alternan a apartir de un solo significante. No se confunde con las imágenes ambiguas, que se leen de un modo o de otro, sino que ambos sentidos son posibles y necesarios, pues su efecto consiste justamente en hacerlos convivir. A menudo, como en el chiste, puede servir para ironizar, postulando un enunciado en el que se entienden dos cosas a la vez.

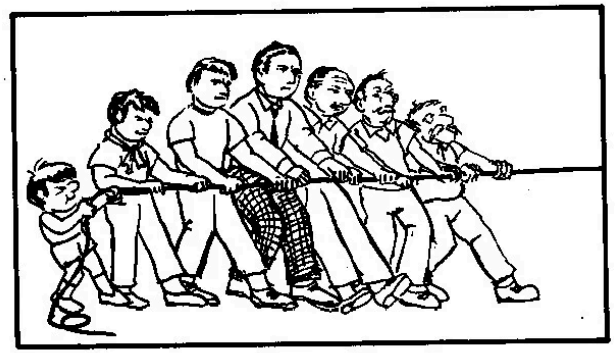
ELIPSIS

Forma de construcción donde se suprimen algunos elementos del enunciado mediante un salto, sin que ello afecte al sentido pues lo que está ausente se da por entendido. A diferencia del Blanco, que presenta sobre el texto la superficie de lo suprimido, la elipsis elimina ese espacio, de modo que no hay que completarlo en la imaginación sino darlo por hecho como si ya hubiera sido enunciado. Esta figura permite así un "ahorro" de signos y cuenta con la participación del espectador, quien se encarga de entender la expresión sin necesidad de que ésta haga explícito todo. Por ello la Elipsis casi siempre presenta los elementos contiguos al espacio suprimido, o el principio y el final, de forma que lo que está en medio pueda ser inferido.

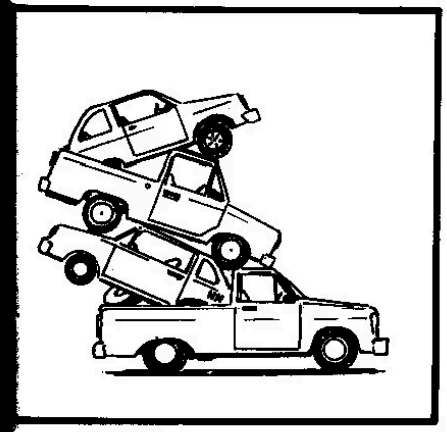




Consiste en plantear una progresión gradual de ideas, objetos o cualidades, de modo ascendente o descendente. Así, se va progresivamente "de lo menor a lo mayor, de lo pequeño a lo grande, de la fácil a lo difícil, de lo anodino a lo interesante, de lo inicial a lo final o viceversa"[40]. En la imagen se plantea generalmente como desplazamiento de las figuras, marcando su crecimiento, su descomposición, su ascenso o su desaparición en diversas fases graduales.



Expresión que exagera una idea o un objeto semánticamente con el fin de subrayarlo. El resultado es siempre desproporcionado en relación al contexto, y generalmente implica un aumento o disminución desmedida del sentido con que se connota una cosa. En la imagen casi siempre implica un agrandamiento exagerado del tamaño de las figuras, como si su mayor tamaño representara también un incremento de su cualidad, aunque la exageración puede ser también del color, del gesto, de la forma, etc., pues el receptor asume la exageración de la forma como si lo fuera del contenido.



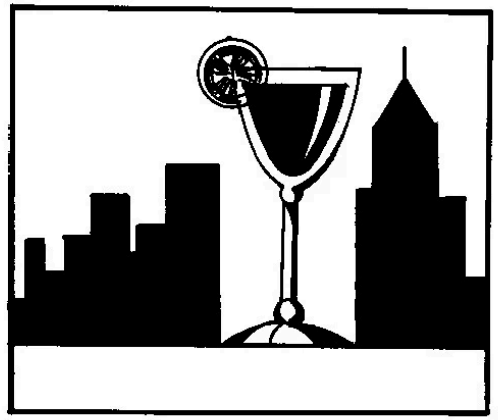
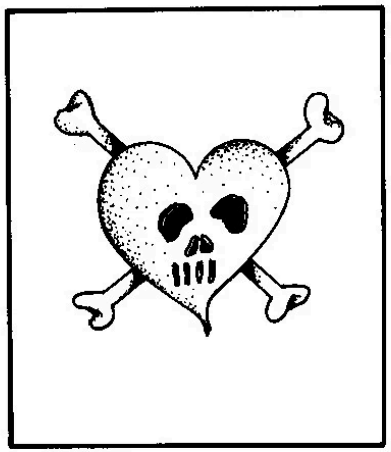
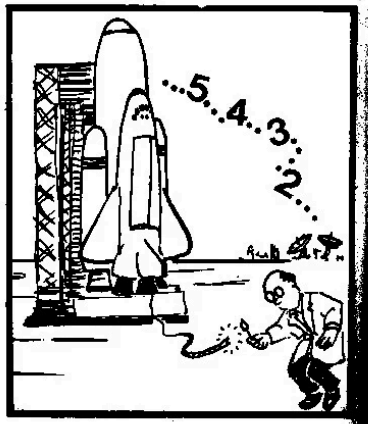
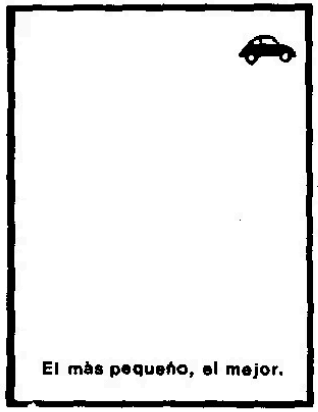


Figura que consiste en proponer una idea para que se entienda su contraria, produciendo un efecto hilarante. Se ejerce generalmente "refiriendo las cualidades opuestas a las que un objeto posee"[41] y del cual se burla. En la imagen casi siempre se presenta refiriendo los atributos contrarios a los que una imágen tiene por hábito cultural.



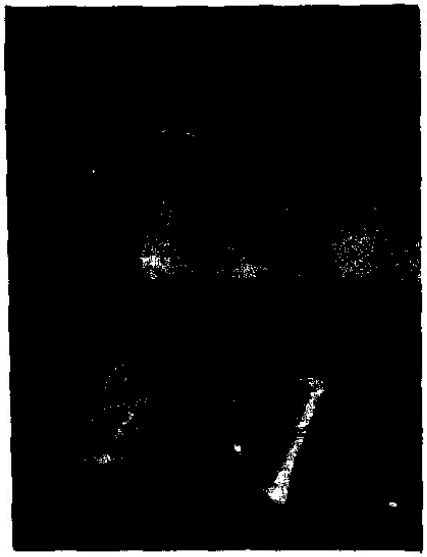


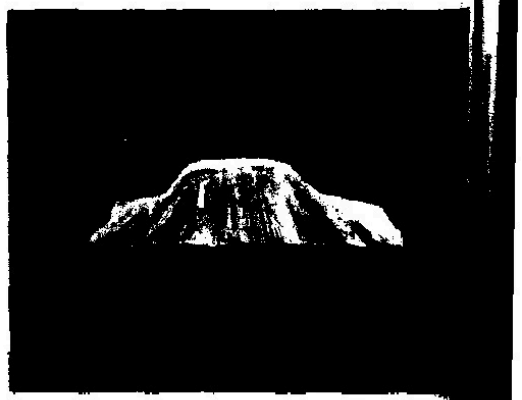
Expresión figurada que consiste en afirmar algo mediante su negación, de modo que se exprese más diciendo menos, o que se haga énfasis en algo precisamente mediante la declaración aparente de que se niega. Su mecanismo lógico radica en que dos negaciones sumadas producen una afirmación, como quien dice "no es que no quiera, pero..." En la imagen el sentido se presenta ocultando o disminuyendo (negando) algo que en realidad se afirma.

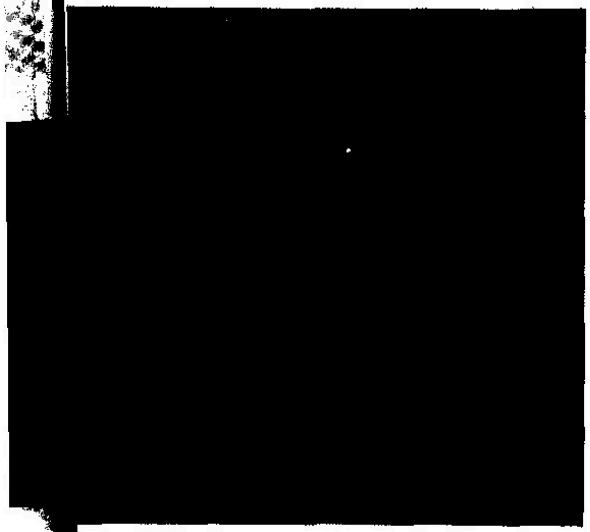


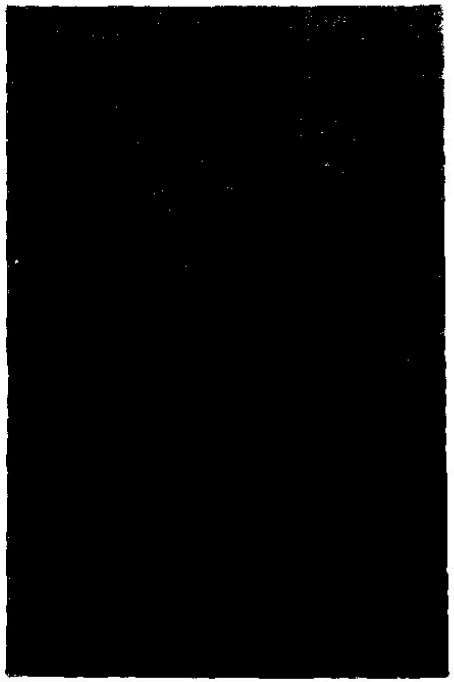
PRONTO APARECERÁ...

Sustitución de un término u objeto por otro que tiene semas comunes y donde una cosa se entiende por medio de otra. De este modo, la metáfora implica hacer una asociación con la que se connota a una idea agregándole sentidos que de suyo no tiene pero que el enunciado hace incorporar mediante la metamorfosis. Produce además el efecto de individualización del estilo sobre el texto (significando algo a través de un signo inhabitual). En la imagen la metáfora se relaciona hasta cierto punto con lo fantástico, pues implica la sustitución de uno o más objetos referenciales por otro que les resulta ajeno pero revelador, originando un sentido imposible en la realidad aunque no en el sentido, que se entiende de forma figurada. Su compresión exige pues un juego de asociaciones semánticas en el receptor.

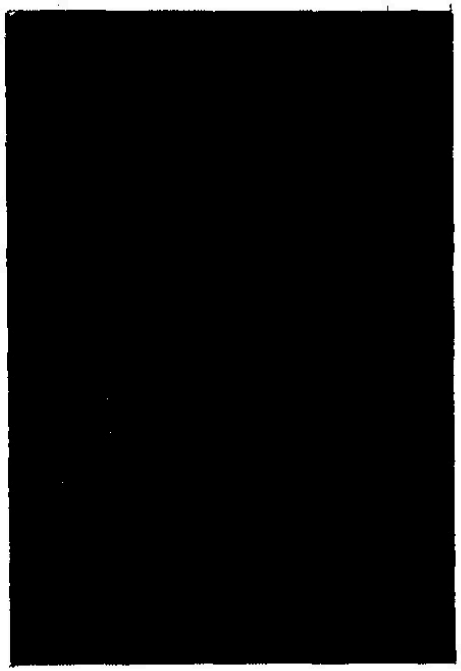


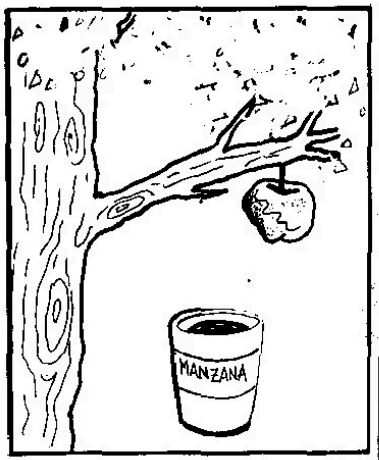


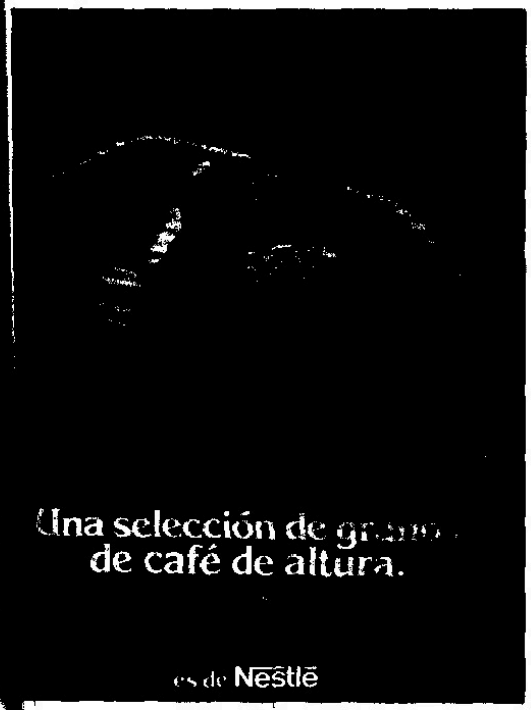


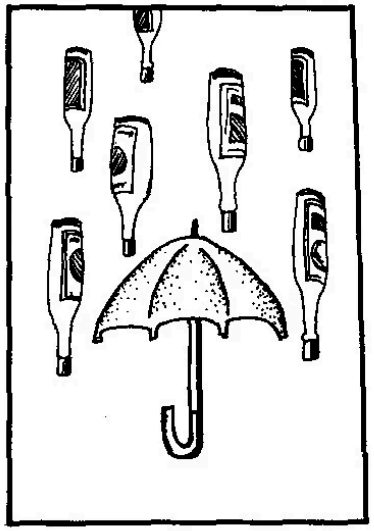


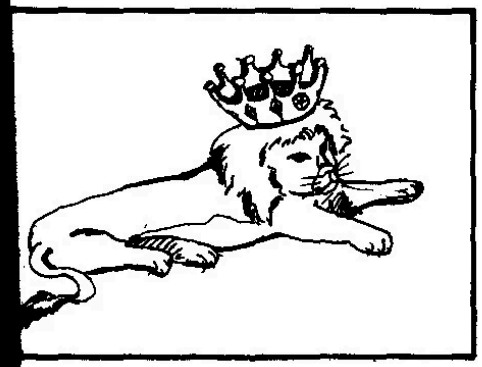
Adjudicación de un sentido por otro que lo refiere, dado que ambos pertenecen a un universo referencial habitualmente común. Toma así la causa por el efecto, la cualidad por el portador, el continente por el contenido o viceversa, y su asociación descansa en que culturalmente comparten sus sentidos. En la imagen un objeto puede asociarse las cualidades de otros objetos si aparece mezclado con ellos como si fuera uno más o tuviera su misma índole; esto sucede por ejemplo cuando un producto culinario artificial se presenta revuelto con los productos naturales con que ha sido elaborado, o bien si un perfume forma parte del paisaje de las flores, y entonces se dice que se adjudica su aroma por metonimia, que es así una especie de contagio semántico.

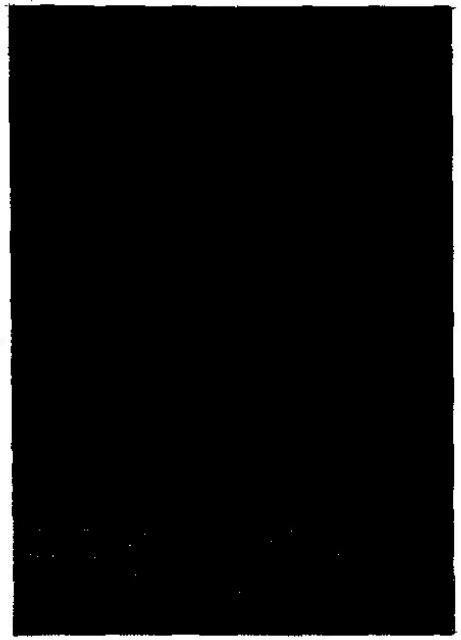




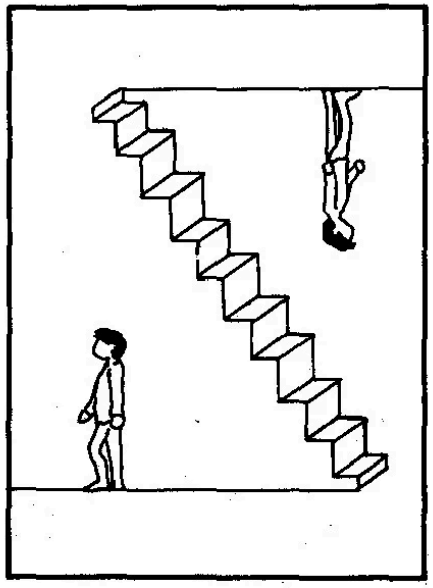

Una selección de grano
de café de altura.
es de Nestlé

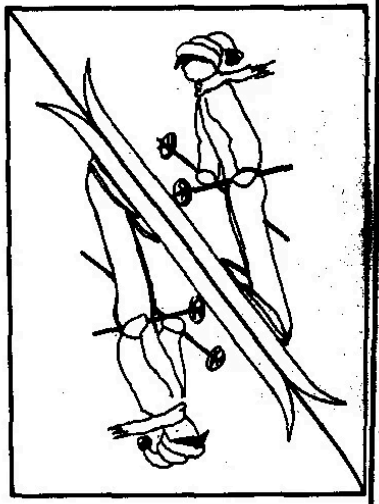


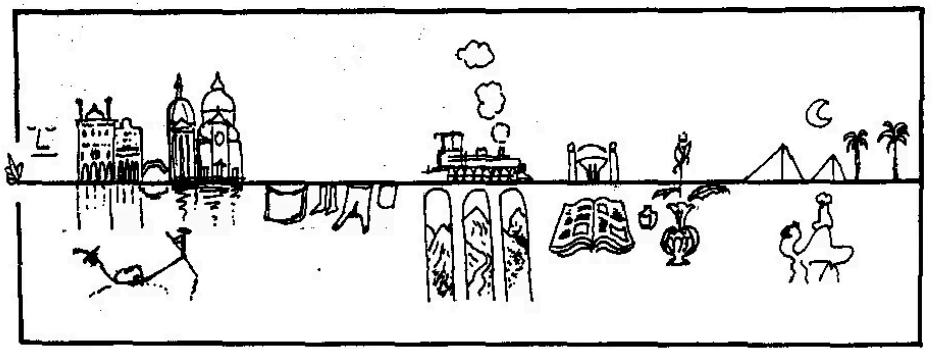




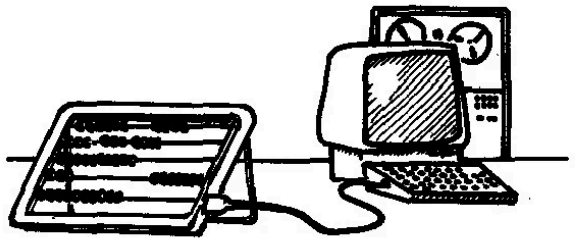
Propone ideas opuestas pero cuya contiguidad debe entenderse como una alianza de contrarios, resaltando su contradicción pero también su convivencia. Por ello el nuevo sentido proviene de que el receptor es obligado a asentir acerca de una información imposible, pero llena de significado, cuando dos contrarios se concilian, como si se dice "vivir muriendo" o viceversa. En la imagen, los elementos representados, que son opuestos, interactúan entre sí, produciendo un sentido no aceptable referencialmente pero cuya fantasía provoca una nueva interpretación.

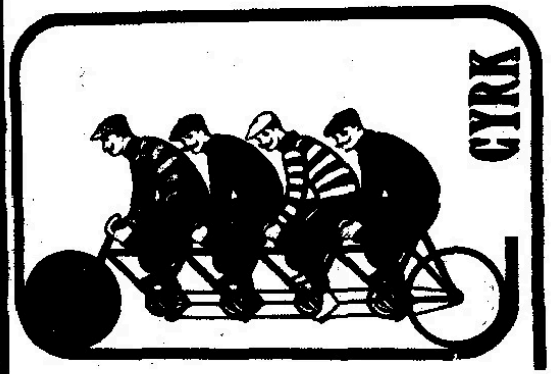




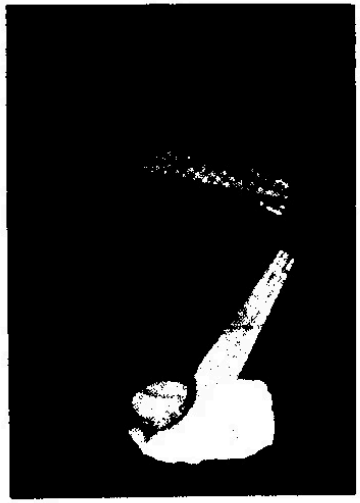


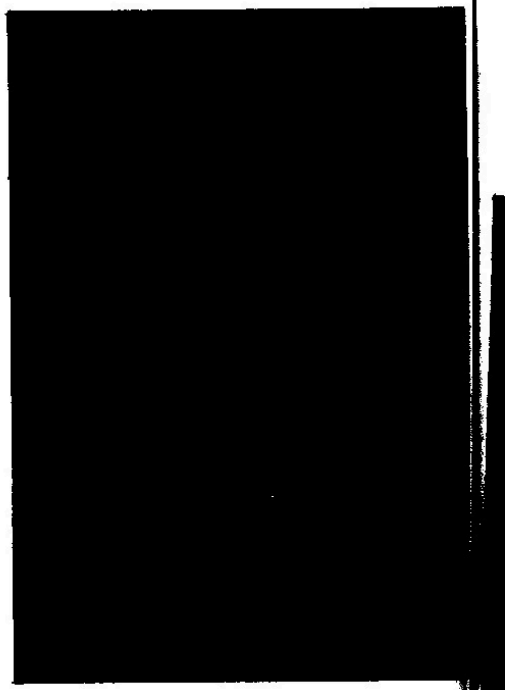
Similar al oxímoron, plantea la alianza de ideas excluyentes pero no necesariamente opuestas, de modo que el resultado semántico es sorpresivo pues hace enunciar una idea imposible que llama la atención porque pone al receptor frente a lo inusitado, lo que parece no realizable pero que sin embargo cobra existencia. Simula una lógica que contradice el orden habitual, y de ahí desprende su efecto, que consiste en singularizar una cosa presentándola de un modo que parece irreal, o conjuntando sentidos que parecen excluyentes. En las imágenes la paradoja generalmente se plantea como un desafío a las leyes del mundo físico, perceptivo o referencial, como cuando un objeto aparece equilibrado por un orden diferente al de la gravedad o al del horizonte, obligando al receptor a asumirlo bajo uno diferente.



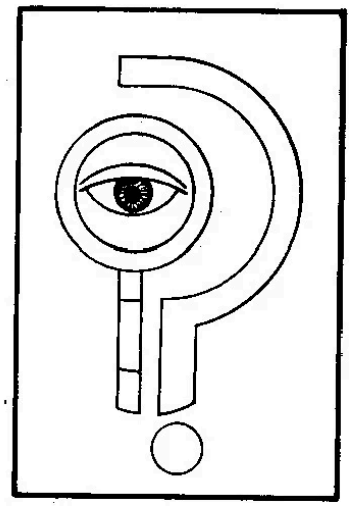


Como la Antropomorfosis, es un tipo de metáfora que consiste en dar a lo inanimado una apariencia animada. De este modo, los objetos que no tienen vida pueden cobrar una forma humana o animal para "hablar", "moverse" o "actuar" como seres, logrando así decir lo que por sí mismos no podrían.

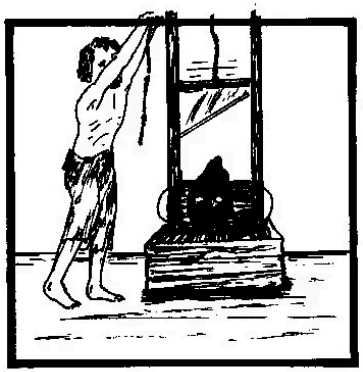


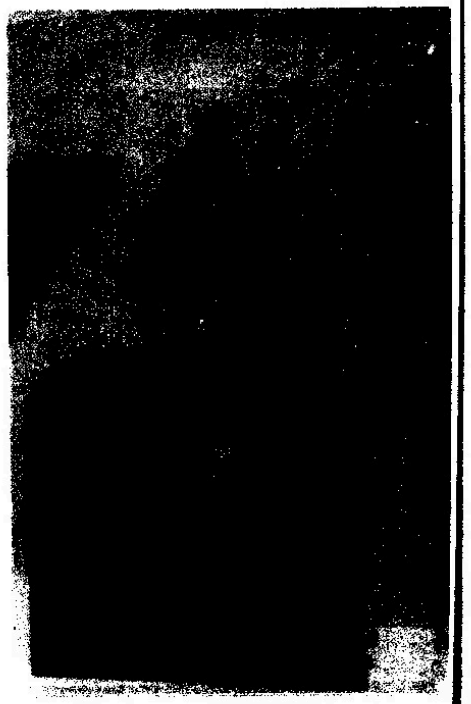


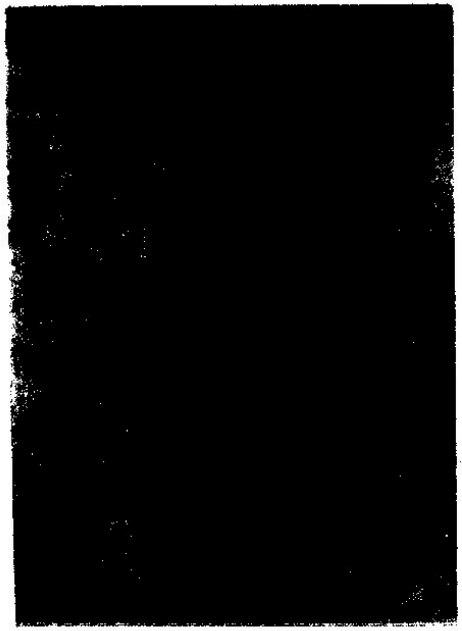
Generalmente se define como una figura de orden fonético, pues hace concordar los sonidos de las palabras por su asonancia o similitud sonora, lo que les atribuye una musicalidad en su expresión independientemente de su significado. En la imagen, en cambio, produce una similitud o consonancia de las formas, que asumen una misma proporción, dirección o perfil aunque sus significados sean distintos. Para ello se plantea como una equivalencia entre los significantes y no entre sus valores semánticos, lo que produce el efecto de la concordancia de formas. Así, mientras a las palabras se les atribuye un aspecto musical,en la imagen se presenta como una forma de simetría entre signos diferentes.

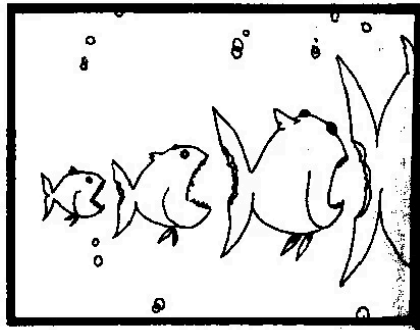


Aunque no está clasificada como una figura, la tópica del mundo al revés presenta también una fórmula fija. Consiste en plantear situaciones del modo exactamente contrario al que tienen en la realidad habitual, como si el orden de este último se hubiera invertido: el cazador es cazado, el rey es ciervo, etc. Su modo figurado invita a replantearse el mundo haciéndonos ver cómo serían las cosas si los modelos de conducta fueran al revés, fenómeno del que desprende su nuevo sentido y su sorpresa tal como lo difundió ampliamente la Edad Media, que es la época en que esta construcción tuvo gran auge con la organización de la Tópica y los lugares comunes.

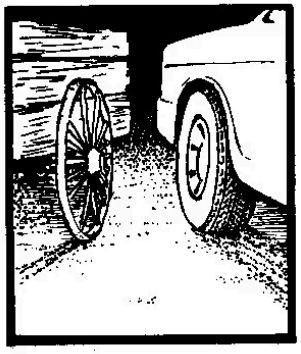


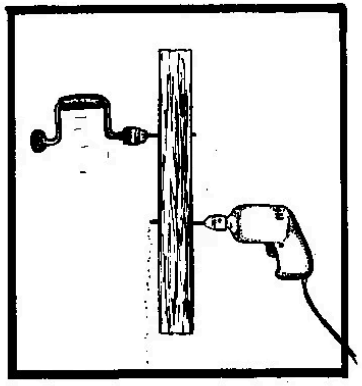


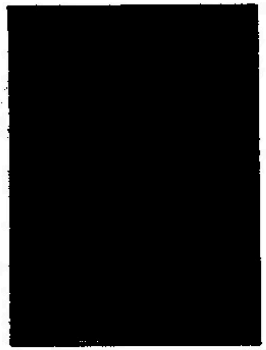




Es el equivalente semántico de la rima, pues plantea igualdad de significados con diferentes significantes, de modo que ofrece una similitud en este caso no entre las formas sino entre los contenidos, como cuando se enuncian dos palabras distintas que significan lo mismo. Produce el efecto de la reiteración a través de distintos signos, y en la imagen se representa también con figuras gráficamente diferentes pero que pueden tener un significado común, subrayando el fenómeno de su coincidencia.







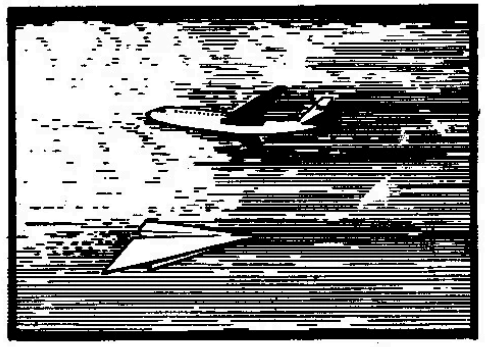
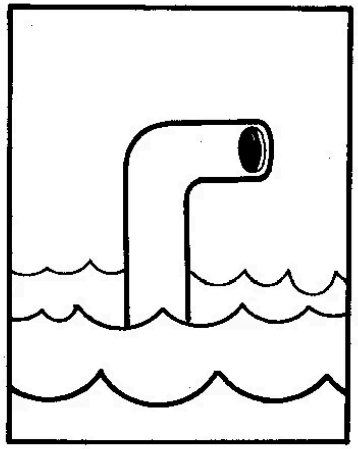
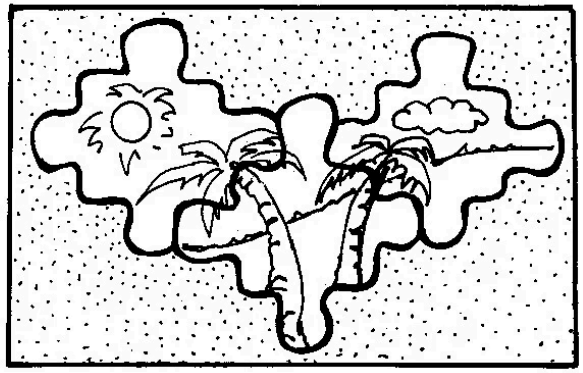
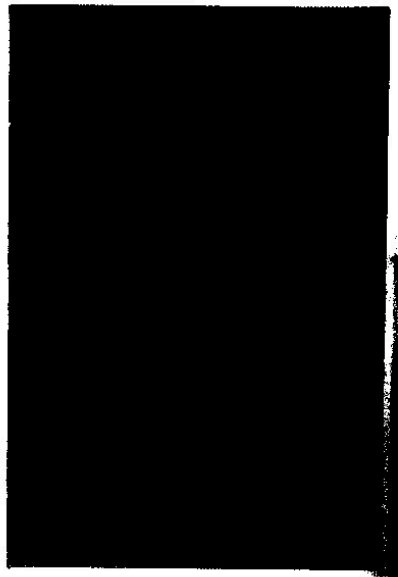


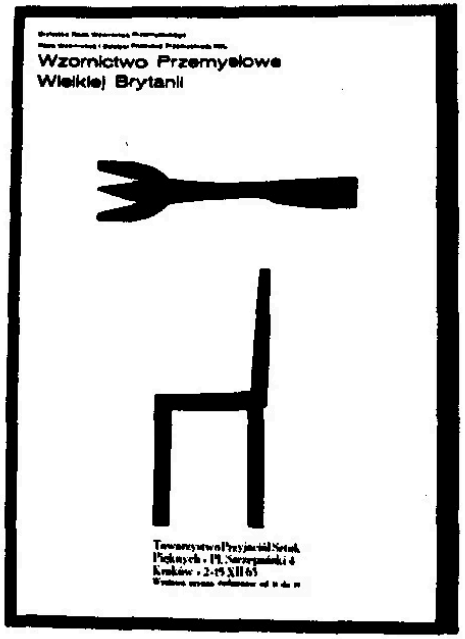
Figura que consiste en tomar la parte por el todo, el todo por la parte, lo singular por lo plural, o lo particular por lo general. es pues un tipo de metáfora donde un elemento representativo de un conjunto debe considerarse como significante del conjunto entero,haciéndolo inferir al receptor mediante su expresión. Es decir, implica asumir la diferencia entre lo que se dice y lo que se entiende, de modo que lo que un signo denota sirve para significar a su vez algo no explícito y que la imaginación ayuda a completar, como si un juguete hace inferir a un niño o una herramienta a un taller entero , etc.

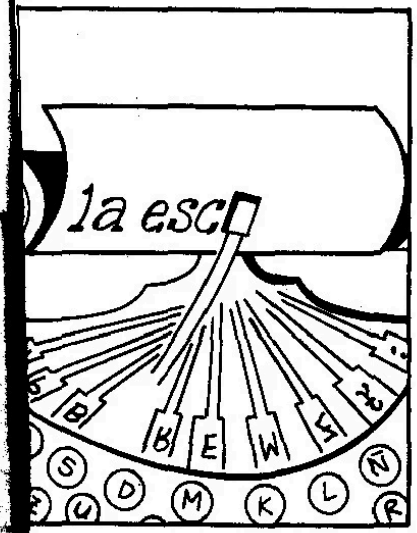


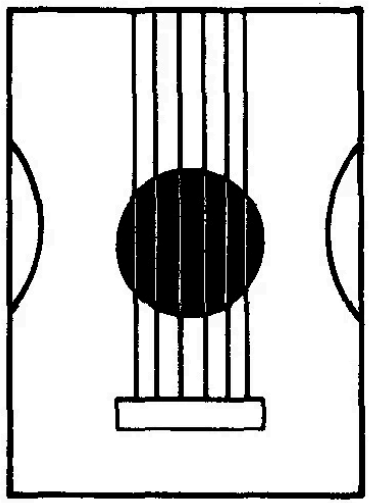




strzeż dziecka !


Wzornictwo Przemysłowe
Wielkiej Brytanii


la esc



1. **Curtius,** Ernest R., *Literatura europea y Edad Media Latina*, 2 vól., México, 1975, F.C.E., (Col. Lengua y estudios literarios)

2. *cf.* **Barthes**, *La antigua retórica*, Buenos Aires, 1970, Tiempo contemporáneo. (Col. Communicattions), p. 25

3. **Beristaín,** Helena, *Diccionario de retórica y poética*, México, 1985, Porrúa, p. 423

4. **Platón,** "Gorgias o de la retórica", en *Diálogos*, México, 1975, Porrúa. (Col. Sepan Cuantos, 13)

5. *cf.* **Barthes**, *op. cit.*, pp. 18 y 79

6. A este respecto hay que recordar que la noción de belleza en el arte no fue siempre la que hoy prevalece. Para los griegos tenía un sustento en el seguimiento de reglas que ya habían sido comprobadas estéticamente. Por otra parte, la verosimilitud en la tejné poética cimentó la noción de arte como el espacio donde concedemos un ámbito imaginario (terreno de la ficción) que lleva a la emancipación y "celebración de los espíritus excepcionales [...] capaces de explorar y ampliar ese reino" (**Gombrich, E.H.**, *Arte e ilusión*, Barcelona, 1982, Gustavo Gili, p132), concepto que también se basa en la noción aristotélica de mímesis, que se refiere a la representación o imitación de la realidad y que es, junto con la verosimilitud, la clave de su tejné poética.

7. **Barthes**, *op. cit.*, pp. 16-17

8. **Curtius**, *op. cit.*, p. 101

9. *idem.*, pp. 103-104

10. *cf.* **Barthes**, *op. cit.*, p. 11

11. **Curtius**, *op. cit.*

12. **Eco,** Umberto, *El nombre de la rosa* (novela), México, 1985, Lumen.

13. **Curtius**, *op. cit.*, p. 113

14. **Barthes**, *op. cit.*, p. 19

15. **Curtius**, *op. cit.*, p 115

16. *idem.*

17. *Ibid*, p. 119

18. *idem.*

19. *ibid*, p. 121

20. **Berger**, John, *Ways of seeing*, British Brfadcasting Co. (trad. al español como Modos de ver, Barcelona, G. Gili)

21. Citado por Edgar **Wind**, en *Los misterios paganos del renacimiento*, Barcelona, 1972, Barral Editores, p. 23

22. **Barthes**, op. cit.

23. *idem.*, p 66

24. **Fisher**, Ernest, *La necesidad del arte*, Barcelona, 1985, Península, p. 35

25. **Tablada**, José Juan, "El automóvil en México" (poema), en *Obras*, México, 1971, UNAM, pp. 332-333.

26. Ejemplos tomados de **Beristaín**, Helena, *op. cit.*, pp. 328-331

27. *idem.*, 213

28. **Durand**, Jaques, "Retórica e imágen publicitaria", en *Análisis de las imágenes*, Buenos Aires, Tiempo contemporáneo, 1972, p. 82

29. **Barthes**, *op. cit.*, p. 52

30. *idem.*, p. 12

31. **Moragas**, Miguel de, *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona, Península, 1976, p. 163

32. *idem.*

33. **Gubern**, Roman, *La mirada opulenta*, Barcelona, g. Gili, 1987, p. 206

34. **Durand**, *op. cit.*, p. 83

35. **Barthes**, "Retórica de la imágen", en *La semiología*, Buenos Aires, 1970, Tiempo contemporáneo, (Col. Comunicaciones)

36. **Beristaín**, *op. cit.*, p. 108

37. *idem.*, p. 15

38. *idem.*, p. 30

39. *idem.*, p. 67

40. *idem.*, p. 243

41. *idem.*, p. 271

ARISTOTELES, *El arte poética*, 7a. ed., México, Espasa Calpe, 1981 (Col. Austral, 803)

El arte retórica, Madrid, Aguilar,

AVILA, Raúl, *La lengua y los hablantes*, 8a reimp., México, Trillas, 1984.

BARTHES, Roland, BREMOND, TODOROV, METZ, et.al., *La semiología*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1970. (Col. Comunicaciones)

BERGUER, John, *Ways of seeing*, British Briadcasting Co., London, y Penguin Books, New York, 1977.

BERISTAIN, Helena, *Diccioario de retórica y poética*, México, Porrúa, 1985.

DUCROT, Oswald y TODOROV, Tzvetan, *Diccionario Enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, 10a. ed., México, Siglo XXI, 1984.

COHEN, Jean, TODOROV, Simeray, et.al., *Investigaciones retóricas II*, Buenos Aires, Tiempo contemporáneo, 1974. (Col. Comunicaciones, 16)

CURTIUS, Ernst Robert, *Literatura europea y Edad Media Latina*, 2 vól., 1a. reimp., México, Fondo de Cultura Económica, 1975. (Col. Lengua y estudios literarios)

FISHER, Ernest, *La necesidad del arte*, 2a. ed., Barcelona, Península, 1985. (Serie Nexos, 1)

GOMBRICH, E. H., *Arte e ilusión*, 2a. ed., Barcelona, Gustavo Gili, 1982. (Arte)

GUBERN, Román, *La mirada opulenta*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987. (Mass Media)

—*Mensajes icónicos en la cultura de masas*, Barcelona, Lumen, 1974. (Serie de ensayo)

GUERRA, Ma. Eugenia, *Imagen y palabra*, México, Universidad Autónoma de Puebla, 1987. (Cuadernos de Comunicación crítica, 8)

GUIRAUD, Pierre, *La semántica*, 2a. ed. y 2a. reimp., México, F.C.E., 1983. (Brevarios, 153)

JAEGER, Werner, *Paideia: Los ideales de la cultura griega*, 9a. reimp., 1987, México, F.C.E.

METZ, Ch., ECO, DURAND, PENINOU, et. al., *Análisis de las imágenes*, Buenos Aires, Tiempo contemporáneo, 1970.(Col. Comunicaciones, 15)

MORAGAS, Miguel de, *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona, Península, 1976.

MURPHY, James A., *La retórica en la Edad Media*, México, F.C.E., 1986. (Lengua y estudios literarios)

MURRAY TURBAYNE, Colin, *El mito de la metáfora*, 1a. reimp., México, F.C.E., 1982. (Sección de obras de filosofía)

PENINOU, Georges, *Semiótica de lapublicidad*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976. (Col. Comunicación visual)

PLATON, *Diálogos*, México, Porrúa, 1975. (Sepan Cuantos, 13)

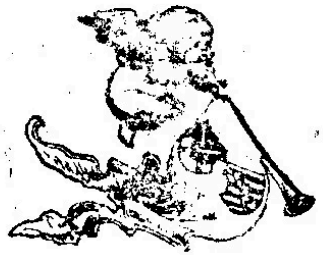
SAUSSURE, Ferdinand de., *Curso de lingüística general*, 2a. ed., México, Nuevo mar, 1982.

TABLADA, José Juan, *Obras I*. Poesía, México, UNAM, 1971 (Nueva Biblioteca Mexicana, 25)

VILCHEZ, Lorenzo, *La lectura de la imagen*, 2a.reimp., Barcelona, Paidós Comunicación, 1988.

VILLAURRRUTIA, Xavier, *Obras*, 1a. reimp., México, F.C.E., 1974. (Letras mexicanas)

WIND, Edgar, *Los misterios paganos del Renacimiento*, Barcelona, Barral editores, 1972. (Serie iconología)



EX LIBRIS